

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Habilitační práce

**Silné a slabé stránky produktové biovertikály
(regionální analýzy)**

Ing. Hana Doležalová, Ph.D.

2016

Prohlašuji, že jsem habilitační práci pod názvem „Silné a slabé stránky produktové biovertikály (regionální analýzy)“ vypracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a dostupných pramenů. Všechny použité zdroje jsou uvedeny v seznamu citované literatury.

V Českých Budějovicích 27. 12. 2016

Poděkování

Především děkuji své dcerce Aničce za statečnost, se kterou se mnou zvládala veškeré výzkumy a publikační aktivity. Omlouvám se jí za čas, po který jsem nemohla plně sdílet její dětský svět. Dále děkuji všem kolegům (z řad akademických pracovníků i studentů), kteří se mnou spolupracovali na grantových projektech, a to především za trpělivost a osobní angažovanost. Děkuji zástupcům firem i státních organizací, kteří aktivní spoluprací výzkumy podpořili.

Silné a slabé stránky produktové biovertikály
(regionální analýzy)

The Strengths and Weaknesses of the Organic Product Vertical
(Regional Analyses)

Abstrakt

Potravinová bezpečnost, nutriční kvalita a udržitelnost jsou klíčovými tématy v oblasti produkce potravin. Biopotraviny tyto požadavky ideálně naplňují. „Biosystém“ v ČR nefunguje optimálně. Jednotlivé části „biovertikály“ (zemědělská bioprodukce-obchod-spotřeba) navzájem obtížně komunikují a systém jako celek je nevyvážený. Je proto nutné identifikovat silné a slabé stránky, příležitosti i ohrožení na úrovni všech těchto částí. Jako základ pro analýzy a řešení dalšího rozvoje byla zvolena úroveň kraje. Práce je zaměřena na regionální analýzy ekologické produkce, distribuce i spotřeby konkrétně ve vztahu k Jihočeskému kraji. V souvislosti se širokým záběrem tématu je pozornost věnována vybraným aspektům, které budou do budoucna rozhodující pro rozvoj této produkční alternativy.

Klíčová slova

Ekologické zemědělství, biopotravina, kvalita biopotravin, prodejní formáty, spotřebitelské preference, motivace a bariéry nákupu, cenová analýza, akční plán a biovertikála.

Abstract

Food safety, nutritional quality and sustainability are the key topics in the field of food production. Organic foods meet these requirements ideally. The organic food system does not work in an optimal manner in the Czech Republic. Mutual communication between individual parts of the “organic vertical” (organic food production in farms-trade-consumption) is difficult, and the system as a whole is imbalanced. Therefore, it is necessary to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats on the level of all those parts. As the basis for the analyses and ways of further development, the regional level was chosen. The thesis focuses on regional analyses of ecological production, distribution and consumption, namely in the South Bohemian Region. Given the broad scope of the topic, the attention is paid to the selected aspects that will be decisive for the development of this production alternative in the future.

Keywords

Ecological farming, organic food, quality of organic foods, sales formats, consumer preferences, purchasing motivations and barriers, price analysis, action plan and organic vertical.

Obsah

1 Úvod	4
2 Literární rešerše	6
2.1 Ekologické zemědělství	6
2.1.1 Základní pojmy	8
2.1.2 Legislativa	10
2.1.3 Cíle	12
2.1.4 Principy	12
2.1.5 Zásady	15
2.1.6 Registrace v režimu ekologického zemědělství	17
2.1.7 Kontrolní systém	18
2.1.8 Ekologické zemědělství: svět	19
2.1.9 Ekologické zemědělství: Evropa/EU	24
2.1.10 Ekologické zemědělství: Česká republika	25
2.1.11 Ekonomické aspekty ekofarem	31
2.1.12 Odbyt faremní bioprodukce	35
2.1.13 Export faremní bioprodukce	44
2.2 Biopotraviny	44
2.2.1 Právní úprava označení biopotravin	45
2.2.2 Zásady výroby biopotravin	47
2.2.3 Certifikace biopotravin	49
2.2.4 Kvalita biopotravin	50
2.2.5 Vybrané studie o kvalitě biopotravin	51
2.2.6 Výroba biopotravin: svět	55
2.2.7 Výroba biopotravin: Evropa/EU	57
2.2.8 Výroba biopotravin: ČR	57
2.3 Trh biopotravin	61
2.3.1 Trh biopotravin: svět	61
2.3.2 Trh biopotravin: Evropa/EU	63
2.3.3 Trh biopotravin: ČR	64
2.3.4 Marketing biopotravin	69
2.3.5 Biospotřebitel	78
2.4 Akční plán ČR pro rozvoj EZ	81
2.4.1 Hodnocení Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2011-2015	82

2.4.2	SWOT analýza EZ.....	84
2.4.3	Akční plán ČR pro rozvoj EZ v letech 2016-2020	85
2.4.4	Výzkumné priority v oblasti ekologického zemědělství	87
3	Cíle a metodika	88
3.1	Vymezení cíle	88
3.2	Výzkumné otázky a hypotézy	88
3.3	Metodický postup	91
3.4	Použité vědecké metody	97
4	Situační analýza ekologického zemědělství a trhu biopotravin (Jihočeský kraj) ..	107
4.1	Ekologické zemědělství	107
4.1.1	Ekologické farmy	107
4.1.2	Zemědělská půda	108
4.1.3	Orná půda	109
4.1.4	Trvalé travní porosty	133
4.1.5	Trvalé kultury	135
4.1.6	Hospodářská zvířata a živočišná produkce	139
4.1.7	Výzkum na ekofarmách	153
4.1.8	Výroba biopotravin	162
4.2	Prodej biopotravin	170
4.2.1	Obchodní řetězce	170
4.2.2	Specializované prodejny	178
4.2.3	Alternativní formy prodeje	182
4.3	Spotřeba biopotravin	186
4.4	Cenové analýzy	192
4.5	Analýzy uplatnění bioprodukce na úrovni MŠ a ZŠ	200
5	Vyhodnocení analýz a formulace doporučení	204
5.1	Hodnocení výzkumných otázek a hypotéz	204
5.1.1	Ekologické zemědělství	204
5.1.2	Prodej bioprodukce	209
5.1.3	Spotřeba biopotravin	214
5.2	Silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení produktové biovertikály	216
5.2.1	Ekologické zemědělství	216
5.2.2	Prodej bioprodukce	221
5.2.3	Spotřeba biopotravin	224

5.3 Doporučení	226
5.4 Přínos práce	229
5.5 Navazující aktivity	230
6 Závěr	232
I. Summary	236
II. Seznam literárních zdrojů	238
III. Seznam zkratk	250
IV. Seznam obrázků a tabulek	252
V. Seznam příloh	255

Přílohy

Svým komplexním přístupem ekologické zemědělství přispívá pozitivně k řešení řady současných problémů, jako je např. snižující se kvalita půdy, nízká retence vody v krajině, zhoršená kvalita vod, pokles druhové rozmanitosti. Přitom potenciál možného rozšíření ekologického zemědělství ještě není dostatečně využit a poskytuje velký prostor pro zvyšování pozitivních dopadů ekologického zemědělství jak na složky životního prostředí, tak oblast sociální i oblast produkce kvalitních bioproduktů a biopotravin.

(Akční plán rozvoje ekologického zemědělství 2016-2020)

1 Úvod

Potravinová bezpečnost a nutriční kvalita jsou klíčovými tématy v oblasti produkce potravin. Průmyslové výrobní metody ukázaly svá omezení, důsledkem je celosvětová kontaminace potravního řetězce a vody, přetrvávající rezidua pesticidů, snižování obsahu živin i zhoršení chuti potravin. Mnohým problémům čelíme také „díky“ globálnímu oteplování, klíčovými tématy se tak stávají energetická efektivnost a hospodaření s vodními zdroji. Ekologické zemědělství vykazuje základní aspekty udržitelného systému, který by mohl být východiskem z této náročné situace.

Přes velká pozitiva, která „biosystém“ přináší, není zdaleka jednoznačně pozitivně zakotven v české společnosti. Pro další rozvoj je nutné identifikovat slabé a silné stránky, bariéry a příležitosti všech segmentů tohoto systému. V práci je analyzováno prostředí, ve kterém se podniky zapojené do biovertikály pohybují a jsou hledány cesty jeho pozitivní modelace. V teoretické rovině práce představuje atributy bioprodukce, které jsou zásadní pro následnou analýzu jednotlivých článků „biovertikály“ (ekologického zemědělství, prodeje bioprodukce i konečné spotřeby). Rešerše ústí do SWOT analýzy vygenerované pro české národní prostředí v rámci akčního plánu rozvoje ekologického zemědělství. Praktická část je zaměřena na regionální analýzy ekologické produkce, konkrétně ve vztahu k Jihočeskému kraji. Úroveň kraje byla zvolena z důvodu lepší uchopitelnosti celé produktové biovertikály, možnosti sledovat i konkrétní regionální specifika. V souvislosti se širokým záběrem tématu je pozornost věnována vybraným aspektům, které budou do budoucna rozhodující pro rozvoj ekologické zemědělské produkce, biotruhu, a samozřejmě i biospotřeby. Výsledky analýz jsou zobecněny a využity pro celkové zhodnocení a formulaci rozvojových doporučení.

Je důležité připomenout, že klíčovými hráči a tím i regulátory celého „biosystému“ jsou koncoví spotřebitelé a jednotlivé ekofarmy. Obchodní subjekty mají celý systém efektivně propojovat, a nesehrávat destruktivní roli díky nastavené cenové strategii.

Rozhodující je uvěřitelnost celého biosystému. Pokud spotřebitelé nebudou přesvědčeni o jeho zásadních výhodách, nebudou také biopotraviny součástí běžného spotřebního koše. Oproti většině států původní evropské patnáctky nás čeká v tomto ohledu ještě velmi dlouhá cesta. Tuto cestu lze interpretovat i úrovní spotřeby: cesta od roční individuální spotřeby na úrovni 8 EUR ke spotřebě minimálně 150 EUR. Když se nepodaří aktivně rozvíjet domácí bio trh, bude ekologické zemědělství kvalitní bioprodukcí směřovat na zahraniční trhy a poskytovat ve vztahu k domácímu prostředí pouze netržní výkony („veřejné statky“).

2 Literární rešerše

2.1 Ekologické zemědělství

Přístupy environmentálně šetrného zemědělství existují již více než sto let. Shi-ming a Sauerborn (2006) kladou počátky ekologického zemědělství do Německa roku 1924, kdy Rudolf Steiner uspořádal kurz na téma "Společenskovední základna rozvoje zemědělství". Shi-ming a Sauerborn rovněž rozeznávají tři stadia vývoje ekologického zemědělství: etapu vzniku (1924-1970), etapu rozšiřování (1970-1990) a etapu růstu (od roku 1990). V průběhu druhé etapy a zejména ve třetí etapě se pak v politikách jednotlivých zemí postupně objevovaly podpůrné nástroje k povzbuzení rozvoje ekologického zemědělství. Ekologické zemědělství však začalo bez jakékoliv veřejné finanční, institucionální a technické podpory. Průkopníci vytvořili ekologické zemědělství jako alternativní model pro specializovanou, industrializovanou produkci potravin, produkci "anonymní a bez duše". Následně byly přijaty první politiky zahrnující konkrétní podporu ekologického zemědělství (Häring et al., 2004; Nieberg & Kuhnert, 2007). V roce 1991 předložila Evropská komise první nařízení o ekologickém zemědělství. V zemích Evropské unie se pak podpora ekologického zemědělství stala zásadním prvkem společné zemědělské politiky od zahájení tzv. MacSharryho reformy v roce 1992, která představovala první stanovení finanční podpory ekologickým formám hospodaření (Läpple & Van Rensburg, 2011). V mnoha zemích rozvoj ekologického zemědělství zcela jednoznačně souvisí s orientací příslušné politiky v předchozí době (Lesjak, 2008). Významnou roli v ekonomice ekofarem hrají podpůrné platby (Häring et al., 2004; Offermann, Nieberg & Zander, 2009; Kaufmann, Stagl & Franks, 2009). Kritizována je přitom efektivita přidělování dotací na základě plochy obhospodařované půdy bez ohledu na množství produkce vypěstované na této ploše (Argyropoulos, Tsiafouli, Sgardelis & Pantis, 2013).

Rozvoj ekologického zemědělství má významnou vazbu nejenom na životní prostředí, ale i na podporu regionálního a venkovského rozvoje (Pugliese, 2001). Ekologické zemědělství se stalo i jednou z možných alternativ hospodaření v méně příznivých oblastech – LFA (Rozman et al., 2013). Jedním z dalších uváděných cílů ekologického zemědělství je ochrana zdraví spotřebitelů prostřednictvím biopotravin (Argyropoulos et al., 2013). Řada srovnávacích studií potvrdila, že bioprodukty mají vyšší obsah nutričně hodnotných ingrediencí, především sekundárních rostlinných metabolitů, antioxidantů a některých vitamínů a také významně nižší úroveň kontaminujících látek, včetně kadmia, dusičnanů, dusitanů, a minimální výskyt, v ekologickém zemědělství zakázaných, pesticidů (Baranski et al., 2014).

Vytvořena byla řada nástrojů s cílem podpořit růst ekologického zemědělství i spotřeby ekologické produkce, a to od přímých nástrojů podpory přechodu na ekologické hospodaření a marketingových opatření až po nepřímé nástroje, jako například podpora rozvoje služeb či podpora výzkumu (Bjørkhaug & Blekesaune, 2013). Fairweather (1999) vymezil důvody, které vedou zemědělské producenty k výběru metod hospodaření, a poukázal na rozmanitost pohnutek k volbě ekologického způsobu hospodaření, když identifikoval různé typy ekologických a konvenčních zemědělců. K významným faktorům přechodu zemědělců k ekologickému hospodaření patří snižující se výkupní ceny konvenční produkce a rostoucí finanční podpora ekologického zemědělství (Pietola & Lansink, 2001).

Vědecké úvahy a zkoumání se ubírají několika směry. Nepochybně k nim patří zemědělské technologie a správná zemědělská praxe v ekologickém zemědělství (Hole et al., 2005). Dále například pohnutky k přechodu na ekologické formy podnikání v zemědělství (Parra-Lopez, De-Haro-Giménez & Calatrava-Requena, 2007), s cílem nalézt cesty a způsoby, jak motivovat další zemědělské prvovýrobce k aplikaci postupů ekologického zemědělství (např. Darnhofer, Schneeberger & Freyer, 2005). Faktory konverze jsou přitom různorodé. Jedná se např. o motivy týkající se hospodaření (s větší pravděpodobností přecházejí zemědělci s velkými plochami půdy a nízkým výnosem) (Pietola & Lansink, 2001), nebo o environmentální pohnutky (Lohr & Salomonsson, 2000). Zkoumá se ekonomická efektivnost v porovnání s konvenčním zemědělstvím (Offerman & Nieberg, 2000). Dalším tématem zkoumání je příspěvek ekologického hospodaření k obecné udržitelnosti (Pascu & Nedeá, 2012), i zaměření na jednotlivé aspekty udržitelnosti, jako je například energetická efektivnost a hospodaření s vodními zdroji (Smith, Williams & Pearce, 2014). Zkoumaným aspektem je i tvorba a údržba krajiny (např. Dytrtová & Šarapatka 2010; Winqvist, Ahnström, & Bengtsson, 2012) a samozřejmě politika podpory ekologického zemědělství (Dabbert, Haring & Zanolí, 2004; Daugbjerg, Tranter, Hattam & Holloway, 2011). Důležitým tématem je zvyšování atraktivity ekologického zemědělství a důvěryhodnosti bioprodukce.

Pro vývoj ekologického zemědělství má klíčový význam založení organizace IFOAM. Tato mezinárodní federace hnutí ekologických zemědělců sdružuje více než 870 členských organizací ve 120 zemích. První globální ekologické standardy představila IFOAM v roce 1980 (IFOAM, n. d.a).

Obrázek 1: Logo IFOAM



Zdroj: IFOAM, n. d.

2.1.1 Základní pojmy

☼ Různé zdroje uvádí různě pojaté *definice EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ*, jejich podstata se v zásadě shoduje.

Ekologické zemědělství představuje moderní formu obhospodařování půdy, při které se nepoužívají chemické vstupy s nepříznivými dopady na životní prostředí, zdraví lidí i hospodářských zvířat. Tento zemědělský produkční systém umožňuje produkovat vysoce kvalitní potraviny a přispívá k lepším životním podmínkám chovaných zvířat, k ochraně životního prostředí a ke zvýšení biodiverzity prostředí (Ekologické zemědělství, n. d.).

Jiná definice hovoří o ekologickém zemědělství jako o „*zemědělském produkčním systému, který zachovává zdraví půd, ekosystémů a lidí. Místo využívání vstupů s nepříznivými dopady, spoléhá na ekologické postupy, rozmanitost a koloběhy přizpůsobené místním podmínkám. Ekologické zemědělství spojuje tradice, inovace a vědecký výzkum s cílem prospívat společnému prostředí a podporovat spravedlivé vztahy a dobrou kvalitu života všech zúčastněných*“ (IFOAM, n. d.b).

Za zmínku stojí i jedno ze starších vymezení ekologického zemědělství: „*Ekologické zemědělství lze pojmut také jako vyvážený agroekosystém trvalého charakteru, zakládající se na lokálních a obnovitelných zdrojích. Ekologické zemědělství vychází z holistického pojetí ekologických, ekonomických a sociálních aspektů zemědělské produkce. Příroda je v ekologickém zemědělství chápána jako jednotný celek se svou vnitřní hodnotou a člověk je morálně odpovědný ekologické zemědělství provozovat takovým způsobem, aby se kulturní krajina stala harmonickou částí této přírody*“ (Petr & Dlouhý, 1992).

Moudrý, Konvalina, Moudrý & Kalinová (2007) definují ekologické zemědělství jako *zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí stanovením omezení či zákazů používání látek a postupů, které zatěžují životní prostředí nebo zvyšují riziko kontaminace potravního řetězce a který, v případě chovu hospodářských zvířat, dbá jejich etologických a fyziologických potřeb v souladu se zvláštními právními předpisy.*

Dle Červenky a Kovářové (2005) se ekologickým zemědělstvím rozumí náročné hospodaření, které využívá obnovitelné zdroje a recyklaci a upřednostňuje vnitropodnikový

koloběh před externími zdroji. Chovaným zvířatům je zajišťováno co nejlepší zacházení a přírodní krmiva. Ekologičtí zemědělci také aplikují techniku šetrnou k životnímu prostředí, tedy uplatňují především biologické a mechanické pěstitelské metody a nepoužívají či omezují používání chemikálií a umělých hnojiv, jako jsou např. herbicidy, pesticidy, antibiotika či růstové hormony. Hlavním cílem ekologického zemědělství je produkce dostatečného množství zdravotně nezávadných potravin s vysokou vnitřní kvalitou při současném dodržování mnoha pravidel, mezi něž patří především minimalizace spotřeby neobnovitelných zdrojů a energie a udržování přírodní krajiny a agrosystému.

Pro některé zemědělce je kontrolované ekologické zemědělství způsob, jak zlepšit jejich životní podmínky prostřednictvím zvýšených příjmů. Malým producentům ekologické zemědělství dokáže zajistit vyšší finanční výnosy a stabilitu s malými hotovostními náklady a tím i nízkými riziky. V ekologickém režimu jsou významné vstupní znalosti prostřednictvím odborné přípravy.

☼ Dosud neexistuje žádná konzistentní mezinárodní *definice pojmu "ORGANICKÝ"/"BIO"*. Většina obecných definic zdůrazňuje výrobní postupy a zásady, normy odkazující na omezení používání látek cizích přírodě (například syntetických hnojiv a pesticidů), na podporu místních obnovitelných zdrojů, zachování rozmanitosti a zajištění dobrých životních podmínek zvířat (UNCTAD, n. d.).

V oblasti ekologického zemědělství se lze setkat i s *dalšími pojmy*, které s touto problematikou přímo či nepřímo souvisí.

☼ *KONVENČNÍ ZEMĚDĚLSTVÍ* představuje nejrozšířenější způsob hospodaření ve vyspělých zemích a je charakteristické vyšší intenzitou hospodaření a používáním vyšších energetických a materiálových vstupů s cílem maximalizace produkce (vyššího výnosu rostlin, užitkovosti zvířat aj.), resp. momentálního ekonomického efektu (Moudrý et al., 2007). Toto prioritní zaměření na kvantitu přitom do značné míry vede k zanedbávání ekologických požadavků (Moudrý, 1997).

☼ *PŘECHODNÉ OBDOBÍ* je období přechodu od konvenčního zemědělství na zemědělství ekologické. Začíná v okamžiku, kdy hospodářský subjekt oznámí svoji činnost příslušným orgánům a podřídí svůj podnik kontrolnímu systému. Délka tohoto období je předem stanovena (s ohledem na to, zda se jedná o rostliny, popř. rostlinné produkty nebo hospodářská zvířata, popř. živočišné produkty) a během ní jsou již dodržována pravidla ekologické produkce (Ministerstvo zemědělství, 2012a.; Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, 2007).

☼ *BIOPRODUKT* zahrnuje jakoukoliv surovinu rostlinného či živočišného původu, která pochází z ekofarmy a je na ni vystaven platný certifikát. Vedle surovin pro výrobu biopotravin lze certifikovat rovněž zástavová zvířata, chovná zvířata nebo suroviny pro nepotravinářské využití (např. vlnu, len).

☼ *OSTATNÍ BIOPRODUKT* je krmivo, osivo a vegetativní rozmnožovací materiál, na který je vystaven platný certifikát.

☼ *BIOPOTRAVINA* je potravina vyrobená za předem stanovených podmínek (uvedených v zákoně o ekologickém zemědělství a předpisech EU) a splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními právními předpisy. Podrobněji uvádí kapitola 2.2.


☼ *OSOBA PODNIKAJÍCÍ V EKOLOGICKÉM ZEMĚDĚLSTVÍ:*

- *ekologický podnikatel* (ekologický zemědělec),
- *výrobce biopotravin*,
- *osoba uvádějící biopotravinu nebo bioprodukty do oběhu* (neboli obchodník s biopotravinami nebo bioprodukty, popř. dovozce a vývozce biopotravin a bioproduktů z/do třetích zemí),
- *výrobce nebo dodavatel biokrmiv*,
- *výrobce nebo dodavatel ekologického rozmnožovacího materiálu*,
- *ekologický chovatel ryb*,
- *ekologický pěstitel hub*,
- *ekologický sběrač volně rostoucích rostlin*,
- *ekologický chovatel včel*.


☼ *EKOFARMA* je uzavřená hospodářská jednotka, která slouží k ekologickému zemědělství a zahrnuje pozemky, hospodářské budovy, provozní zařízení, a popř. i hospodářská zvířata. Jednoznačné vymezení ekofarmy je nezbytné z hlediska průkazného oddělení ekologického hospodaření od konvenční zemědělské činnosti, pokud takovou ekologický zemědělec rovněž provozuje (Ministerstvo zemědělství, 2012c).


2.1.2 Legislativa

Problematiku ekologického zemědělství řeší v první řadě *legislativa EU* a v návaznosti na ní *legislativa česká*.

 Nejdůležitějším právním pramenem je v této oblasti zejména *nařízení Rady (ES) 834/2007* o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91. Poskytuje základ pro udržitelný rozvoj ekologické produkce při zajištění účinného fungování vnitřního trhu, zaručení korektní hospodářské soutěže, zajištění důvěry a ochrany zájmů spotřebitele. Svým obsahem dále přispívá k transparentnosti a harmonizovanému vnímání pojetí ekologické produkce. Nařízení uvádí společné cíle a zásady ekologické produkce, z nichž vychází další pravidla produkce stanovená rovněž tímto nařízením. V dalších částech jsou pak řešeny otázky označování, kontroly a obchodu s třetími zeměmi (Ministerstvo zemědělství, 2012b).

Jednotlivé části nařízení Rady (ES) č. 834/2007 podrobněji specifikují a obsahově na něho navazují další dvě nařízení:

 *Nařízení Komise (ES) č. 889/2008*, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, pokud jde o ekologickou produkci, označování a kontrolu;

 *Nařízení Komise (ES) č. 1235/2008*, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pokud jde o opatření pro dovoz ekologických produktů ze třetích zemí (Ministerstvo zemědělství, 2012b).

Na úrovni Evropské unie byla v roce 2014 zahájena příprava zcela nového evropského nařízení o ekologické produkci a označování ekologických produktů, které by v budoucnu mělo nahradit současně platný právní rámec, který je tvořen zejména nařízením Rady (ES) č. 834/2007, nařízením Komise (ES) č. 889/2008 a nařízením Komise (ES) č. 1235/2008.

Požadavky na oblast ekologického zemědělství řeší v oblasti *národní legislativy* zejména:



Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů (dále jen Zákon o ekologickém zemědělství). V návaznosti na přímo použitelné právní předpisy EU vymezuje základní pojmy a upravuje podmínky hospodaření v ekologickém zemědělství v ČR. V dalších částech tento zákon řeší problematiku osvědčování a označování bioproduktů, biopotravin a ostatních bioproduktů a dále kontrolní systém, tedy výkon kontroly a dozoru nad dodržováním zákonem stanovených povinností (Ministerstvo zemědělství, 2012c).



Vyhláška Ministerstva zemědělství č. 16/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství, upravuje v návaznosti na přímo použitelné

právní předpisy EU a Zákona o ekologickém zemědělství další podmínky hospodaření v ekologickém zemědělství. Kromě doplňujících informací vyhláška uvádí v příloze vzor žádosti o registraci osoby podnikající v ekologickém zemědělství a vzor grafického znaku, kterým se označují bioprodukty, biopotraviny a ostatní bioprodukty (Ministerstvo zemědělství, 2012b).

2.1.3 Cíle

Ekologická produkce dle nařízení Rady (ES) č. 834/2007 sleduje tyto obecné cíle, z nichž dále vycházejí konkrétní pravidla rostlinné a živočišné produkce:



Zavádění udržitelného systému řízení zemědělství, které:

- respektuje přírodní systémy a cykly, a zachovává a zlepšuje zdraví půdy, vody, rostlin a živočichů a rovnováhu mezi nimi;
- přispívá k vysoké úrovni biologické rozmanitosti;
- odpovědným způsobem využívá energii a přírodní zdroje, jako je voda, půda, organická hmota a vzduch;
- dodržuje přísné normy pro dobré životní podmínky zvířat a zejména uspokojuje jejich druhově specifické etologické potřeby.



Získávání produktů vysoké kvality.



Získávání celé řady potravin a jiných zemědělských produktů, které odpovídají spotřebitelské poptávce po zboží vyrobeném za použití postupů, které nepoškozují životní prostředí, zdraví lidí, zdraví rostlin nebo zdraví a dobré životní podmínky zvířat (Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, 2007).

2.1.4 Principy

Vedle obecných cílů byly v rámci ekologického zemědělství zformulovány čtyři základní principy. Jmenovitě se jedná o princip zdraví, princip ekologie, princip spravedlnosti a princip péče.



PRINCIP ZDRAVÍ

„Ekologické zemědělství by mělo udržovat a zlepšovat zdraví půdy, rostlin, zvířat, lidí i planety jako jednoho nedělitelného celku.“

Tento princip zdůrazňuje skutečnost, že zdraví lidí a společnosti plně souvisí se zdravím ekosystémů (zdravá půda produkuje zdravé rostliny, které dále podporují zdraví zvířat a lidí), a proto nemůže být od nich oddělováno.

Zdraví představuje celistvost a integritu živých systémů. Znamená tedy zajištění fyzické, duševní, sociální a ekologické pohody, nikoliv pouze nepřítomnost nemoci. Imunita, odolnost a schopnost regenerace jsou přitom klíčovými znaky zdraví.

Úkolem ekologického zemědělství (v zemědělství, výrobě, zpracování, distribuci i konzumaci) je udržovat a zlepšovat zdraví ekosystémů a organismů, a to od těch nejmenších v půdě až po člověka. Cílem ekologického zemědělství je zejména produkovat vysoce kvalitní, nutričně bohaté potraviny napomáhající preventivní zdravotní péči a udržení zdraví. Z těchto důvodů by se mělo vyvarovat používání hnojiv, látek na ochranu rostlin, veterinárních léků a potravních aditiv, která mohou mít nepříznivý vliv na zdraví (Principles of Organic Agriculture, n. d.).



PRINCIP EKOLOGIE

„Ekologické zemědělství by mělo být založeno na živých ekologických systémech a koloběžích, pracovat s nimi, napodobovat je a pomáhat jejich udržení.“

Tento princip řadí ekologické zemědělství pevně mezi živé ekologické systémy a uvádí, že produkce má fungovat na ekologických postupech a recyklaci. Výživa a pohoda jsou dosaženy ekologií daného produkčního prostředí (živou půdou v případě plodin, ekosystémem farmy v případě zvířat a vodním prostředím pro ryby a mořské organismy).

Systémy ekologického zemědělství, pastevectví a volného sběru by měly být zasazeny do koloběhů a ekologické rovnováhy přírody. Přírodní koloběhy jsou univerzální, ale jejich působení je specifické pro dané území, a proto by ekologické zemědělství mělo být přizpůsobeno místním podmínkám, ekologii, kultuře a měřítkům. Množství používaných vstupů by mělo být redukováno opětovným použitím, recyklací a efektivním řízením surovin a energií s cílem udržovat a zlepšovat kvalitu prostředí a šetřit zdroje.

Ekologické zemědělství by mělo udržovat ekologickou rovnováhu tvorbou zemědělských systémů, zakládáním přirozených prostředí pro divoce žijící zvířata a rostliny, udržováním genetické a zemědělské rozmanitosti. Všichni, kteří produkují, zpracovávají, obchodují či konzumují biopotraviny, by měli chránit společné životní prostředí (Principles of Organic Agriculture, n. d.).



PRINCIP SPRAVEDLNOSTI

„Ekologické zemědělství by mělo stavět na vztazích, které zajišťují spravedlnost s ohledem na společné příležitosti člověka a životního prostředí.“

Spravedlnost je chápána jako rovnost, respekt, poctivost a správa společně sdíleného světa, jak mezi lidmi, tak ve vztahu k ostatním živým bytostem.

Princip spravedlnosti poukazuje na to, že všichni, kteří jsou zapojeni do ekologického zemědělství, by měli vytvářet a udržovat mezilidské vztahy takovým způsobem, aby zajistili spravedlnost na všech úrovních a pro všechny zúčastněné - zemědělce, zaměstnance, zpracovatele, distributory, obchodníky i zákazníky.

Ekologické zemědělství by mělo poskytovat všem zúčastněným kvalitní úroveň života a pomáhat k zajištění potravinové nezávislosti a snižování chudoby. Jeho cílem je tak produkovat dostatečnou nabídku potravin a dalších produktů vysoké kvality.

Tento princip rovněž zdůrazňuje, že i hospodářským zvířatům by měly být poskytovány takové životní podmínky a příležitosti, odpovídající jejich fyziologii, přirozenému chování a pohodě.

Dále uvádí, že s přírodními zdroji, používanými při produkci a konzumaci, by mělo být zacházeno takovým způsobem, který je spravedlivý a který je ochrání pro budoucí generace. Spravedlnost vyžaduje systémy produkce, distribuce a obchodu, které jsou otevřené, nestranné a zahrnující opravdové ekologické a sociální náklady (Principles of Organic Agriculture, n. d.).



PRINCIP PÉČE

„Ekologické zemědělství by mělo být řízeno preventivním a zodpovědným způsobem s cílem chránit zdraví a pohodu současných a budoucích generací a životního prostředí.“

Ekologické zemědělství je živý a dynamický systém reagující na interní i externí požadavky a podmínky. Přestože ekologičtí podnikatelé mohou zvyšovat jeho efektivitu a produktivitu, nemělo by to být na úkor zdraví a pohody. Nové technologie proto musí být nejdříve zhodnoceny, vč. prozkoumání existujících metod.

Při řízení, rozvoji a výběru technologií v ekologickém zemědělství jsou nezbytné předběžná opatrnost a odpovědnost. Věda je nepostradatelná z hlediska ujištění, že ekologické zemědělství funguje správně, je bezpečné a ekologicky zdravé. Samy o sobě však vědecké znalosti nestačí. Praktické zkušenosti, nashromážděná moudrost, a tradiční a původní znalosti sehrávají rovněž svou nezastupitelnou roli. Ekologické zemědělství by mělo předcházet značným rizikům tím, že přijme vhodné technologie a odmítne naopak ty nepředvídatelné (např. genetické inženýrství). Rozhodování by mělo odrážet hodnoty a potřeby všech, kteří by mohli být ovlivněni (Principles of Organic Agriculture, n. d.).

2.1.5 Zásady



Zásady v oblasti rostlinné produkce

- ekologická rostlinná produkce využívá způsoby obdělávání a pěstitelské postupy, které zachovávají nebo zvyšují obsah organických látek v půdě, zvyšují stabilitu půdy a její biologickou rozmanitost a předcházejí zhutnění a erozi půdy;
- úrodnost a biologická aktivita půdy se udržuje a zvyšuje víceletým střídáním plodin, včetně luštěnin a jiných plodin využívaných jako zelené hnojivo a používáním chlévské mrvy či organických materiálů, pokud možno z ekologického zemědělství;
- je povoleno používání biodynamických přípravků;
- nepoužívají se minerální dusíkatá hnojiva;
- veškeré používané způsoby rostlinné produkce brání znečištění životního prostředí nebo jej snižují na minimum;
- prevence škod způsobených škůdci, chorobami a plevely je založena především na ochraně přirozenými nepřáteli, volbě vhodných druhů a odrůd, na střídání plodin, pěstitelských postupech a procesech;
- v případě zjištěného ohrožení plodiny se přípravky na ochranu rostlin mohou použít jen za předpokladu, že byly schváleny pro použití v ekologické produkci;
- pro produkci jiných produktů než osiva a vegetativního rozmnožovacího materiálu lze používat pouze ekologicky vypěstované osivo a rozmnožovací materiál. Za tímto účelem musí být matečná rostlina v případě osiva a rodičovská rostlina v případě vegetativního rozmnožovacího materiálu pěstovány v souladu s pravidly stanovenými v tomto nařízení po dobu minimálně jedné generace, nebo v případě trvalých plodin po dvě vegetační období;
- produkty pro účely čištění a dezinfekce se v rostlinné produkci používají jen za předpokladu, že byly schváleny pro použití v ekologické produkci.

Sběr volně rostoucích rostlin a jejich částí, rostoucích přirozeně v přírodních oblastech, lesích a zemědělských oblastech, je pokládán za způsob ekologické produkce, pokud:

- tyto oblasti nebyly v průběhu nejméně tří let před sběrem ošetřeny jinými produkty než produkty schválenými pro použití v ekologické produkci;
- sběr nemá vliv na stabilitu přírodního stanoviště nebo na zachování druhů v oblasti sběru (Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, 2007).



Zásady v oblasti živočišné produkce

- ✓ *Pokud se jedná o původ zvířat:*
 - ekologicky chovaná hospodářská zvířata se rodí a jsou odchována v ekologických zemědělských podnicích;
 - pro účely plemenitby lze za zvláštních podmínek dovážet do zemědělského podniku zvířata, která nepocházejí z ekologického chovu;
 - zvířata (která se v zemědělském podniku nacházela na počátku období přechodu) a jejich produkty mohou být považovány za ekologické po dodržení období přechodu.

- ✓ *Pokud jde o chovatelské postupy a podmínky ustájení:*
 - osoby chovající zvířata mají nezbytné základní znalosti a schopnosti s ohledem na zdravotní potřeby a životní podmínky zvířat;
 - chovatelské postupy, včetně intenzity chovu a podmínek ustájení zaručují splnění vývojových, fyziologických a etologických potřeb zvířat;
 - hospodářská zvířata mají stálý přístup na otevřená prostranství, nejlépe na pastviny, kdykoli to povětrnostní podmínky a stav půdy dovolí;
 - počet hospodářských zvířat je omezen, aby se minimalizovala nadměrná pastva, udušení půdy, eroze nebo znečištění způsobené zvířaty nebo roznášením jejich hnoje;
 - ekologicky chovaná hospodářská zvířata jsou chována odděleně od ostatních hospodářských zvířat;
 - vazné ustájení nebo izolování hospodářských zvířat je zakázáno, pokud se nejedná o jednotlivá zvířata a o omezenou dobu a pokud to není na místě se zřetelem na bezpečnost, životní podmínky zvířat nebo veterinární důvody;
 - doba trvání přepravy hospodářských zvířat je co nejkratší;
 - jakékoliv utrpení, včetně mrzačení, musí být udržováno na co nejnižší úrovni, a to během celého života zvířete, včetně samotné porážky.

- ✓ *Pokud jde o krmivo:*
 - krmivo pro hospodářská zvířata se získává v první řadě ze zemědělského podniku, kde jsou zvířata držena, nebo z jiných ekologických zemědělských podniků ve stejném regionu;

- hospodářská zvířata jsou krmena ekologickým krmivem, které splňuje požadavky na výživu zvířete v různých stádiích jeho vývoje;
 - hospodářská zvířata s výjimkou včel mají stálý přístup na pastvu nebo k objemnému krmivu.
- ✓ *Pokud jde o prevenci nálezů a veterinární péči:*
- prevence nálezů je založena na výběru plemene a linie, chovatelských postupech, vysoce kvalitním krmivem a tělesném pohybu, odpovídající intenzitě chovu a přiměřeném a vhodném ustájení, udržovaném v hygienických podmínkách;
 - nález se řeší okamžitou léčbou, aby se zabránilo utrpení zvířat;
 - použití imunologických veterinárních léčiv je povoleno;
 - povoluje se ošetření týkající se ochrany zdraví lidí a zvířat stanovené na základě právních předpisů Společenství (Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, 2007).

Poznámka: Cíle, principy a zásady vycházejí z globálních ekologických standardů pro oblast zemědělské produkce IFOAM; poprvé byly představeny již v roce 1980.

2.1.6 Registrace v režimu ekologického zemědělství

Každý zájemce, který hodlá podnikat v ekologickém zemědělství, musí podat na Ministerstvo zemědělství žádost o registraci osoby podnikající v ekologickém zemědělství. Žadatel současně s podáním žádosti o registraci doloží potvrzení o vstupní kontrole, kterou provedla pověřená osoba a při které nebylo zjištěno porušení podmínek zákona č. 242/2000 Sb. a předpisů Evropské unie. Pověřená osoba je povinna vstupní kontrolu provést nejpozději do 60 dnů ode dne uzavření smlouvy o kontrolní činnosti. Žadatel je povinen pověřené osobě poskytnout údaje o hospodářských budovách a provozních zařízeních, které bude užívat k ekologickému zemědělství, označení pozemků, na nichž bude ekologicky hospodařit a jiné údaje. Pokud jsou splněny veškeré požadavky, ministerstvo žádosti vyhoví, vydá rozhodnutí o registraci a zapíše osobu podnikající v ekologickém zemědělství na seznam osob podnikajících v ekologickém zemědělství. Registr ekologických podnikatelů (REP) je k dispozici na [https://eagri.cz/public/app/eagri app/EKO/Prehled/](https://eagri.cz/public/app/eagri/app/EKO/Prehled/).

Lze také podat *žádost o udělení výjimky*, která se uděluje na omezenou dobu platnosti. Správní orgán vyřizuje žádosti do 30 dnů ode dne jejího doručení. Výjimka musí být platná před datem vysetí/vysazení dané plodiny. Mezi zpoplatněné výjimky patří např. vazné

ustájení skotu, zásahy na zvířatech, odrohování nebo tlumení růstu, kupírování ocásků, ořezávání zubů, krácení zobáků, nákup konvenční drůbeže, souběžná produkce atd.

Pokud chce osoba podnikající v ekologickém zemědělství ukončit svoje podnikání, zašle na Ministerstvo zemědělství písemnou žádost o zrušení registrace a uvede, ke kterému dni má být registrace zrušena. V případě neuvedení data, bude registrace zrušena ke dni doručení žádosti (Ministerstvo zemědělství, 2012b).

2.1.7 Kontrolní systém

Dozor nad dodržováním zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a předpisů EU vykonává Ministerstvo zemědělství. Ministerstvo může uzavřít s organizační složkou státu dohodu nebo s právnickou osobou veřejnoprávní smlouvu, na jejímž základě je pověřená osoba oprávněna vydávat osvědčení o původu bioproduktů, biopotravin a ostatních bioproduktů a provádět kontroly a další úkony.

Každá osoba podnikající v ekologickém zemědělství musí mít uzavřenou platnou smlouvu s některou kontrolní organizací, která je pověřena Ministerstvem zemědělství výkonem kontroly a certifikace v ekologickém zemědělství. V současné době jsou pověřeny výkonem kontroly a certifikace tyto kontrolní organizace:

- *KEZ o.p.s.*
- *ABCERT AG*
- *BIOKONT CZ, s.r.o.*
- *Bureau Veritas Czech Republic, spol. s r.o.*

Státním kontrolním orgánem je *Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (ÚKZÚZ)*. Zajišťuje úřední kontrolu dle *nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004 o úředních kontrolách* za účelem ověření dodržování právních předpisů týkajících se krmiv a potravin a dobrých životních podmínek zvířat.

Fyzickou kontrolu všech hospodářských subjektů provede kontrolní orgán alespoň jednou za rok. Lze odebrat a analyzovat vzorky za účelem zjištění případné kontaminace produkty nepovolenými pro ekologickou produkci. Po každé návštěvě je vypracována kontrolní zpráva, kterou podepíše provozovatel jednotky nebo jeho zástupce. Kontrolní orgán provádí také namátkové, zpravidla neohlášené kontrolní návštěvy, založené na obecném vyhodnocení rizika nesouladu s pravidly ekologické produkce. Hospodářský subjekt musí pro kontrolní účely umožnit kontrolnímu orgánu přístup do všech částí jednotky, do všech zařízení, stejně tak jako ke všem záznamům a příslušným podpůrným dokladům. Dále také poskytnout veškeré informace, které jsou pro kontrolní účely přiměřeně nezbytné

a na žádost předložit výsledky svých vlastních programů zajištění kvality (Nařízení Komise (ES) č. 889/2008, 2008).

„Osvědčení o původu bioproduktu, biopotraviny nebo ostatního bioproduktu“ vydá pověřená osoba v souladu s ČSN EN 45011 na žádost do 30 dnů ode dne provedení kontroly, u rostlinných produktů pěstovaných na orné půdě a rostlinných produktů z trvalých kultur nejpozději do sklizně dané plodiny, a to nejméně na 1 kalendářní rok, nejdéle však na 15 měsíců, pokud osoba podnikající v ekologickém zemědělství splnila požadavky tohoto zákona a předpisů Evropských společenství. Tato osvědčení je osoba podnikající v ekologickém zemědělství povinna uchovávat po dobu 5 let. Odepření vydání osvědčení musí být vydáno do 30 dnů ode dne provedení kontroly (u rostlinných výrobků nejpozději do sklizně dané plodiny) a to v písemné formě a s odůvodněním.

Na základě negativního výsledku navrhuje kontrolní orgán Ministerstvu zemědělství uložení pokuty nebo zvláštního opatření osobám podnikajícím v ekologickém zemědělství. Zvláštním opatřením se rozumí odstranění odkazu na ekologický způsob produkce z produktu, zákaz prodeje výrobků nebo jejich stažení z trhu (Ministerstvo zemědělství, 2012b).

2.1.8 Ekologické zemědělství: svět

Výroční zpráva o rozvoji ekologického zemědělství v roce 2014 vydaná IFOAM v roce 2015 uvádí, že je ekologickým způsobem obhospodařováno ve světě 43,1 mil. ha zemědělské půdy. Pro srovnání v roce 1999 to bylo pouze 11 mil. ha (Willer, Lernoud & Kilcher, 2013; Willer & Lernoud, 2014). Na této ploše hospodařily 2 miliony producentů.

Přibližně 30 % plochy zařazené do ekologického zemědělství se nachází v zemích třetího světa a tamní ekologičtí zemědělci představují 80 % všech ekologicky hospodařících zemědělců na světě.

K *regionům* s největší plochou ekologicky obhospodařované půdy patří Oceánie (40% podíl na celkové ekologicky obhospodařované půdě) a Evropa (27% podíl). Latinská Amerika se na zemědělské půdě v biorežimu podílí 15 %, následuje Asie s 8 %, Severní Amerika se 7 % a Afrika se 3 %.

Mezi *země* s největší plochou ekologicky obhospodařované půdy se řadí Austrálie (17,2 mil. ha), Argentina (3,2 mil. ha) a Spojené státy americké (2,2 mil. ha). Největší počty producentů vykazuje Indie (650 000), Uganda (189 610) a Mexiko (169 703). Systém ekologického zemědělství dnes zahrnuje 170 zemí (86 zemí v roce 2000) (IFOAM, 2015).

Zeměmi s největším meziročním nárůstem ploch ekologicky obhospodařované půdy (2014/2013) jsou Austrálie, Čína, Peru, Itálie, Ukrajina, Súdán, Portugalsko, Kanada, Paraguay a Francie (Willer & Lernoud, 2015b).

Zajímavosti:



Indie: největší počet producentů (650 000)



Austrálie: největší plocha ekologické zemědělské půdy (17,2 mil. ha)



Falklandské ostrovy: největší podíl ekologické zemědělské půdy na zemědělské půdě (36,3 %)

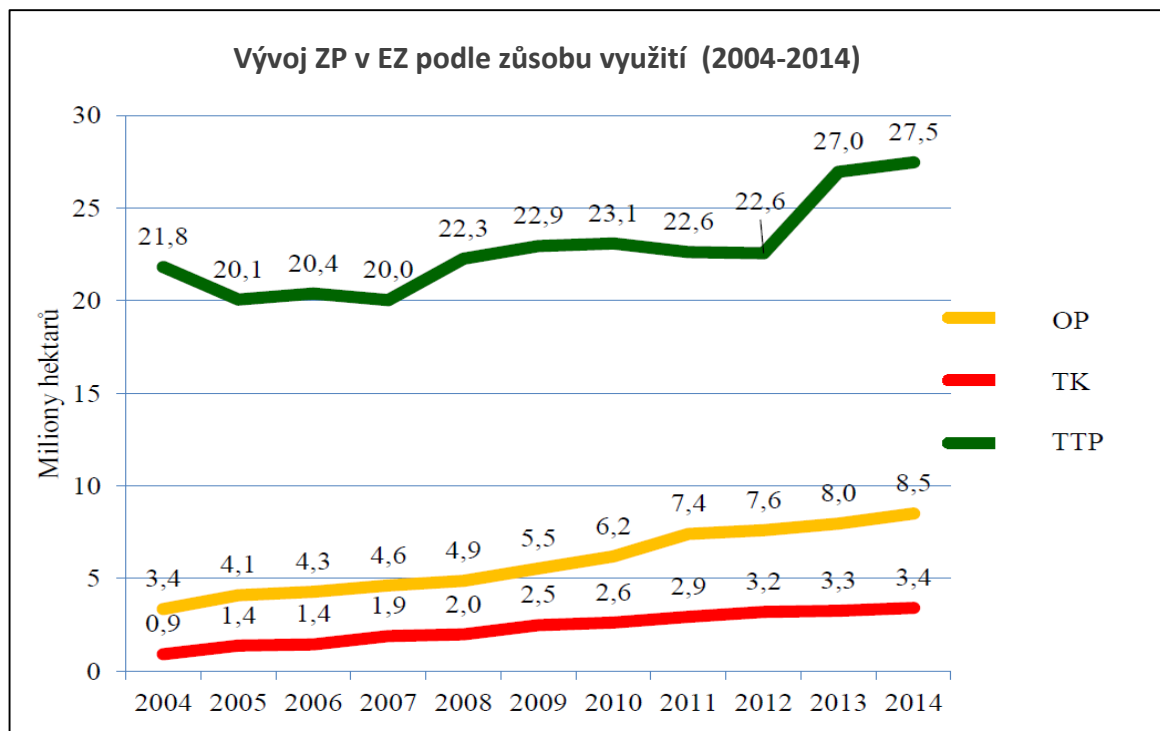


USA: největší trh s biopotravinami (24,3 mil. EUR)



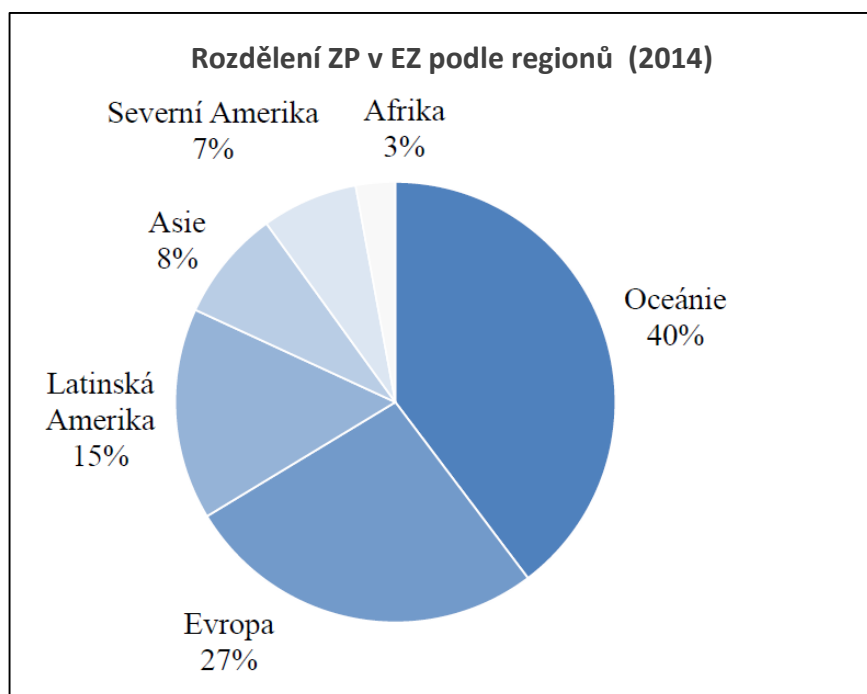
Švýcarsko: největší spotřeba biopotravin (210 EUR/osoba/rok) (IFOAM, 2015).

Obrázek 2: Vývoj zemědělské půdy v EZ podle způsobu využití (svět, 2004-2014)



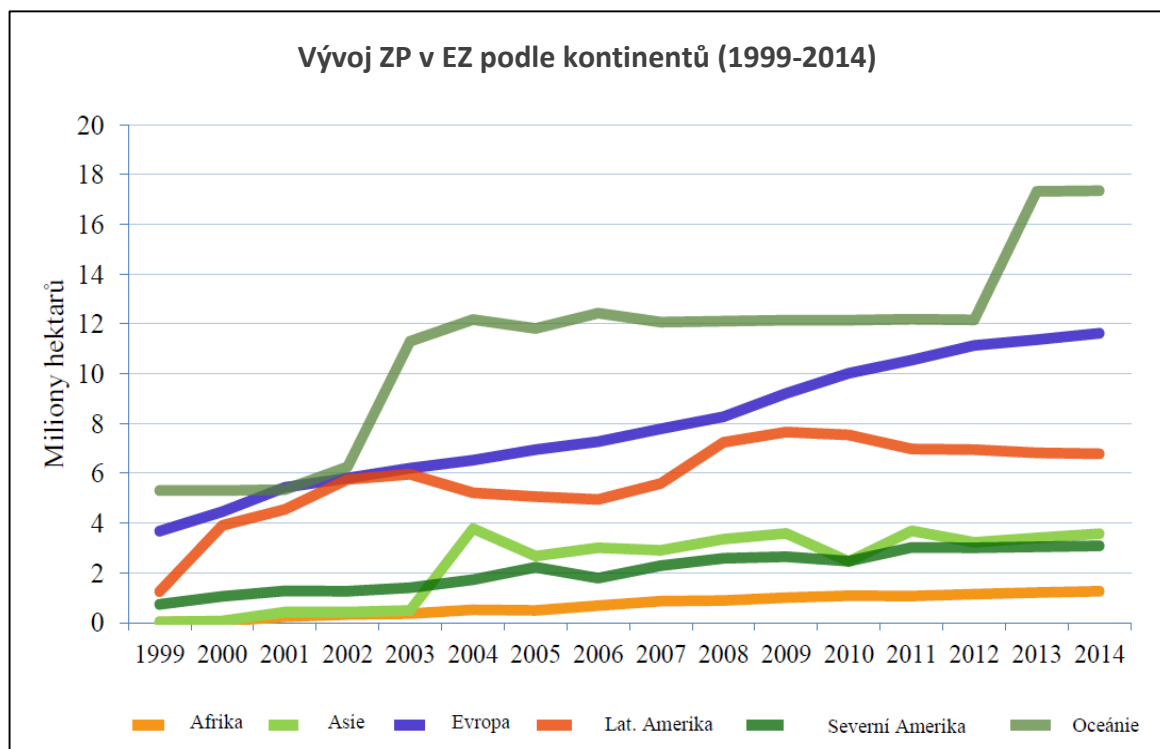
Zdroj: Willer & Lernoud, 2016b (vlastní zpracování)

Obrázek 3: Zemědělská půda v EZ podle regionů (svět, 2014)



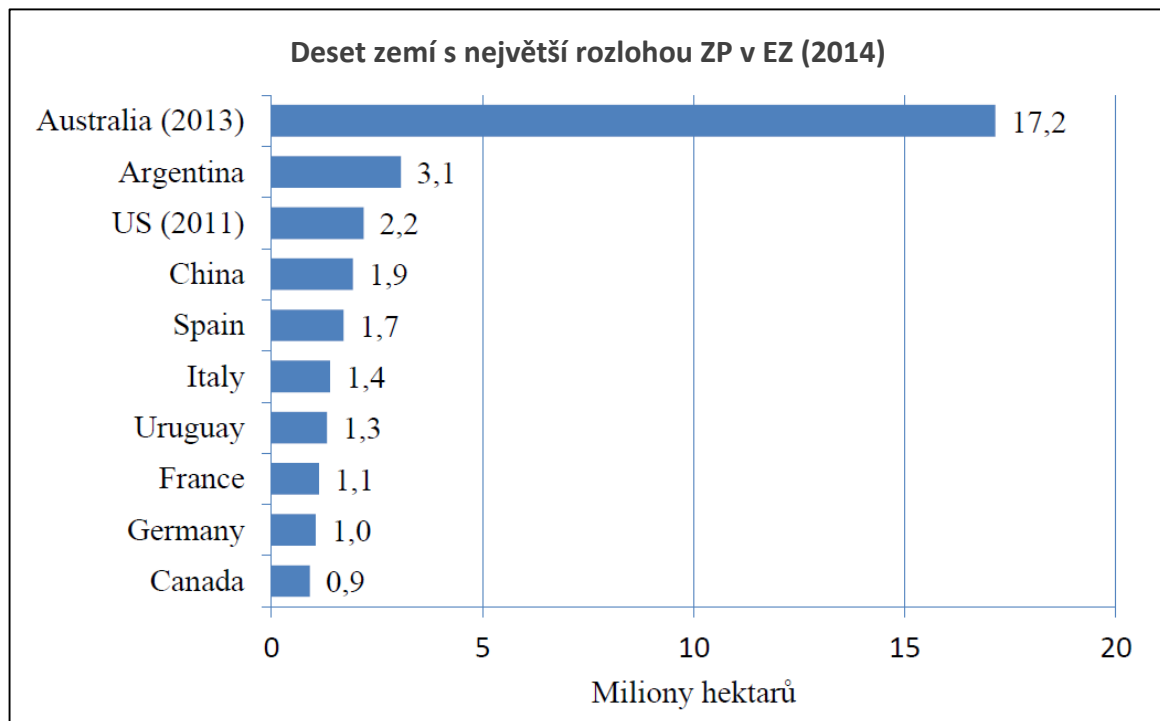
Zdroj: Willer & Lernoud, 2016b (vlastní zpracování)

Obrázek 4: Vývoj zemědělské půdy v EZ podle kontinentů (svět, 1999-2014)



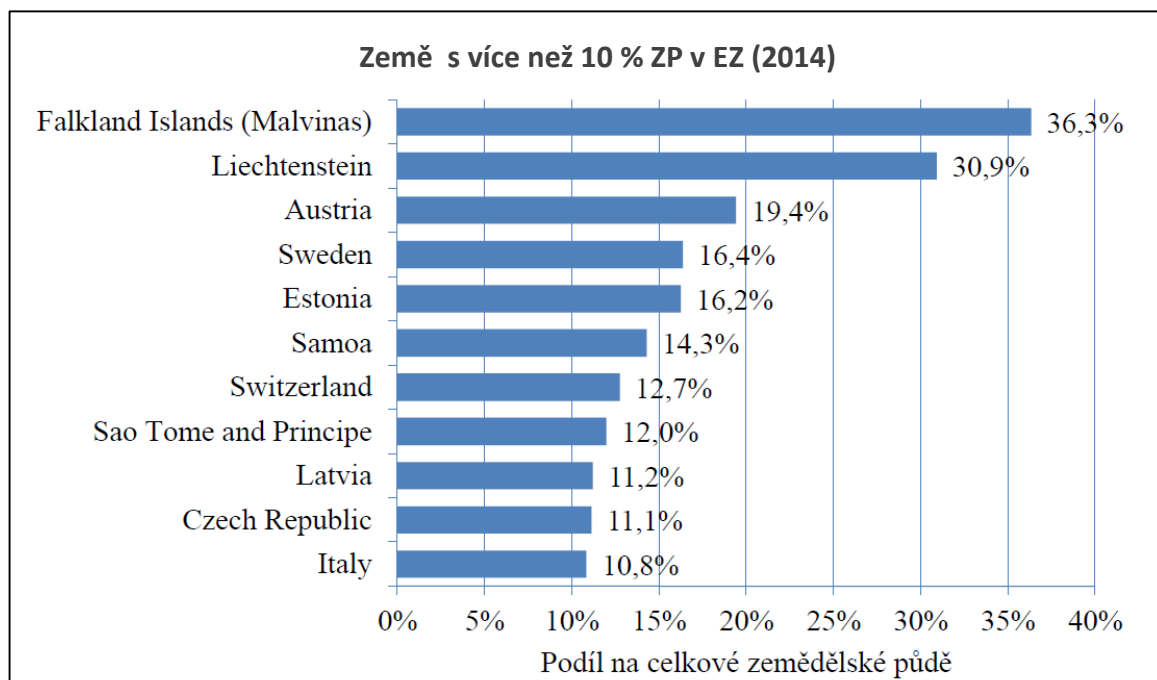
Zdroj: Willer & Lernoud, 2016b (vlastní zpracování)

Obrázek 5: Země s největší rozlohou zemědělské půdy v EZ (svět, 2014)



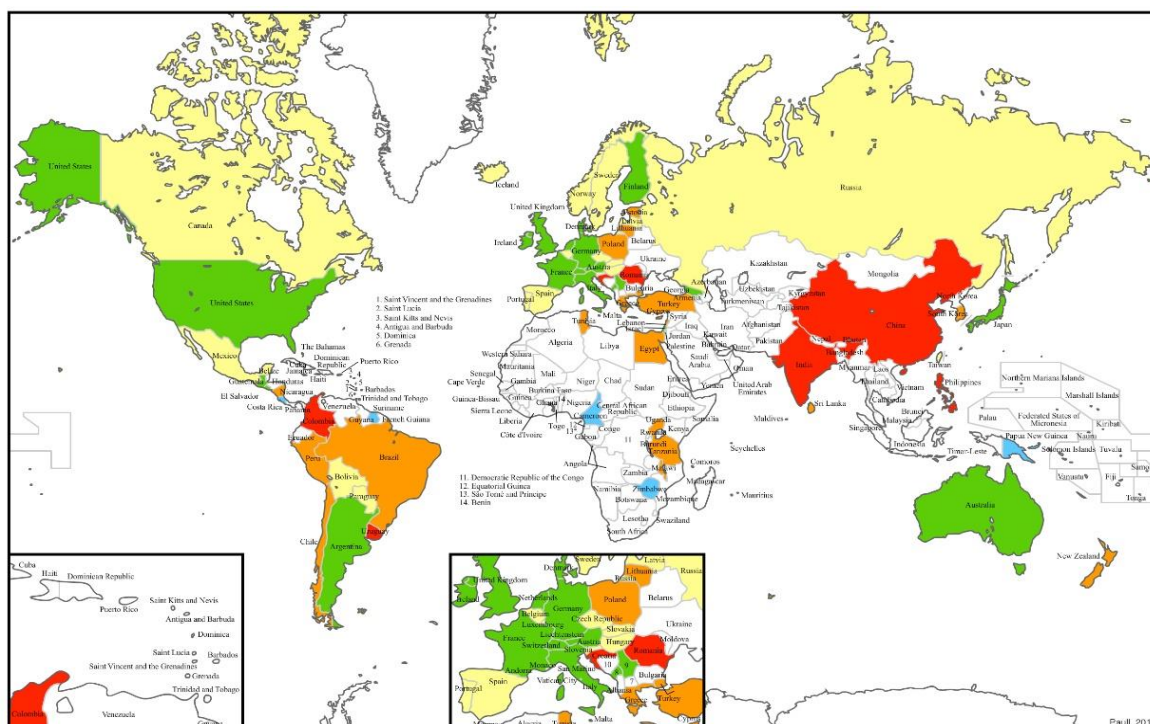
Zdroj: Willer & Lernoud, 2016b (vlastní zpracování)

Obrázek 6: Země s největším podílem zemědělské půdy v EZ (svět, 2014)



Zdroj: Willer & Lernoud, 2016b (vlastní zpracování)

Obrázek 7: Tempo růstu ekologického zemědělství ve světě (2001-2011)



Zdroj: Paull, 2011

Poznámka: Trojciferný růst - červená; dvojciferný růst - oranžová; jednociferný růst (nadprůměrný) - žlutá; jednociferný růst - zelená; pokles - modrá.

2.1.9 Ekologické zemědělství: Evropa/EU

Evropské ekologické zemědělství překročilo hranici deseti mil. ha poprvé v roce 2010. V roce 2014 již bylo ekologicky obhospodařováno 11,6 mil. ha (což představuje cca 2,4 % z celkové zemědělské půdy v tomto regionu). Z toho 10,3 mil. ha připadalo na EU (5,7 % z celkové rozlohy zemědělské půdy v EU) (Willer & Lernoud, 2015a). Ekologická zemědělská plocha se oproti roku 2001 (5,4 mil. ha) již více než zdvojnásobila. Země (TOP 10) s největší rozlohou ekologicky obhospodařované představují Španělsko, Itálie, Francie, Německo, Polsko, Spojené království, Rakousko, Švédsko, Česká republika a Turecko. Rozdíl mezi Španělskem a Tureckem je však veliký, Turecko dosahuje zhruba 29 % ekologicky obhospodařovaných ploch Španělska. Zajímavý je podíl ploch EZ na celkové zemědělské půdě v jednotlivých zemích. Celkem 8 zemí vykazuje větší než 10% podíl ploch v EZ: Lichtenštejnsko (31 %), Rakousko (19,5 %), Švédsko a Estonsko (16 %), Švýcarsko (12,2 %), Česká republika (11,2 %), Litva (11 %) a Itálie (10,3 %).

Meziroční nárůst ploch 2014/2013 dosáhl 2,3 %, z toho 1,1 % vykázaly země EU.

Pokud jde o strukturu ekologicky obhospodařované půdy, v roce 2014 zaujímala 45 % orná půda (5,1 mil. ha Evropa, 4,1 mil. ha EU), 43 % travní porosty a pastviny (4,8 mil. ha Evropa, 4,6 mil. ha EU) a 12 % trvalé kultury (1,4 mil. ha Evropa, 1,2 mil. ha EU).

Největší plochy ekologicky obhospodařované orné půdy byly ve Francii (0,60 mil. ha), Itálii (0,57 mil. ha) a Německu (0,44 mil. ha). Největší plochu trvalých travních porostů v ekologickém režimu vykázaly Španělsko (0,82 mil. ha), Německo (0,57 mil. ha) a Česká republika s Francií (0,41 mil. ha). Nejvýznamnější plochy trvalých kultur se pak nacházejí ve Španělsku (0,54 mil. ha), Itálii (0,34 mil. ha) a Francii (0,10 mil. ha).

Plodiny pěstované na orné půdě: největší plochy zaujímaly píce, obiloviny a olivy.

Stavy hospodářských zvířat: skot 3 487 237 ks (z toho EU 3 273 285 ks), ovce 4 483 163 ks (EU 4 256 342 ks), prasata 877 463 ks (EU 845 305 ks), kozy 730 647 ks (EU 697 015 ks) a drůbež 36 941 068 ks (EU 35 116 136 ks).

V roce 2014 dosáhl počet evidovaných producentů více než 340 000 (290 000 v roce 2011). Počet producentů se od roku 2001 zvýšil o více než 85 %. Z toho 260 000 producentů připadá na země EU. Nejvíce producentů bylo registrováno v Turecku (71 472), Itálii (48 662 subjektů) a Francii (26 456 subjektů). V případě Turecka se jedná o zajímavé zjištění, protože podíl ekologicky obhospodařované půdy na celkové ploše zemědělské půdy činí v Turecku pouze dvě procenta (Willer et al., 2013; Willer & Lernoud, 2014).

Podíl ekologicky obhospodařované půdy na celkové ploše zemědělské půdy dosáhl v EU v roce 2014 5,7 %, v celé Evropě tento ukazatel pouze mírně přesáhl dvě procenta. V EU se nachází 88 % veškeré ekologicky obhospodařované půdy a 76 % všech producentů v Evropě. Je tedy zřejmé, že právě členské státy EU významně přispívají k celkovému rozsahu ekologického zemědělství v Evropě.

Následující kapitoly 2.1.10 a 2.1.11 jsou zpracovány na základě Ročenky ekologického zemědělství 2014 (Ministerstvo zemědělství, 2015), Zprávy o trhu s biopotravinami 2014 (Šejnohová, Peterková & Darmovzalová, 2016), Statistického šetření ekologického zemědělství 2014 (ÚZEI) (Šejnohová, Rádlová & Peterková, 2015) a Akčního plánu ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2016-2020 (Ministerstvo zemědělství, 2016).

2.1.10 Ekologické zemědělství: Česká republika

POČET FAREM

Ke konci roku 2014 hospodařilo ekologickým způsobem 3 886 ekofarem (cca 8 % zemědělských podniků v ČR). V roce 2013 se jednalo o 3 926 ekofarem, meziročně tak došlo k poklesu o 40 subjektů.

Snížení počtu zemědělců a jen minimální nárůst ploch v EZ byl způsoben zejména změnou podmínek u dotačního titulu „Ekologické zemědělství“ v rámci Agroenvironmentálních opatření (AEO). Od roku 2012 došlo k zastavení příjmu žádostí o zařazení do titulu „Ekologické zemědělství“ pro nové žadatele o podporu. Tato situace se s novým programovacím obdobím změnila a noví ekologičtí zemědělci mohou opět od roku 2015 žádat o dotaci v rámci nového PRV na období 2014-2020. Vzhledem ke zpoždění schvalování evropského nařízení o podpoře pro rozvoj venkova z EZFRV a souvisejících implementačních aktů byl rok 2014 rokem přechodným, kdy zůstaly v platnosti podmínky původního PRV (2007-2013) s možností prodloužení stávajících závazků.

VELIKOSTNÍ STRUKTURA FAREM

Průměrná velikost ekofarmy v roce 2014 činila 127 ha, na podobné úrovni se pohybuje od roku 2010. Nejvyšších hodnot, přes 300 ha, bylo dosahováno v letech 2001 až 2005. V rámci EU patří ČR po Slovensku a Velké Británii mezi země s největší průměrnou velikostí ekofarem. Průměr EU se pohybuje jen okolo 40 ha.

Z pohledu velikostní struktury ekologických podniků je dlouhodobě nejčastější rozloha ekofarem v rozmezí 10 až 50 ha a podíl této kategorie se opět meziročně zvýšil na 37,7 %. Nejvíce půdy v EZ obhospodařují ekofarmy s výměrou od 100 do 500 ha. Tato kategorie

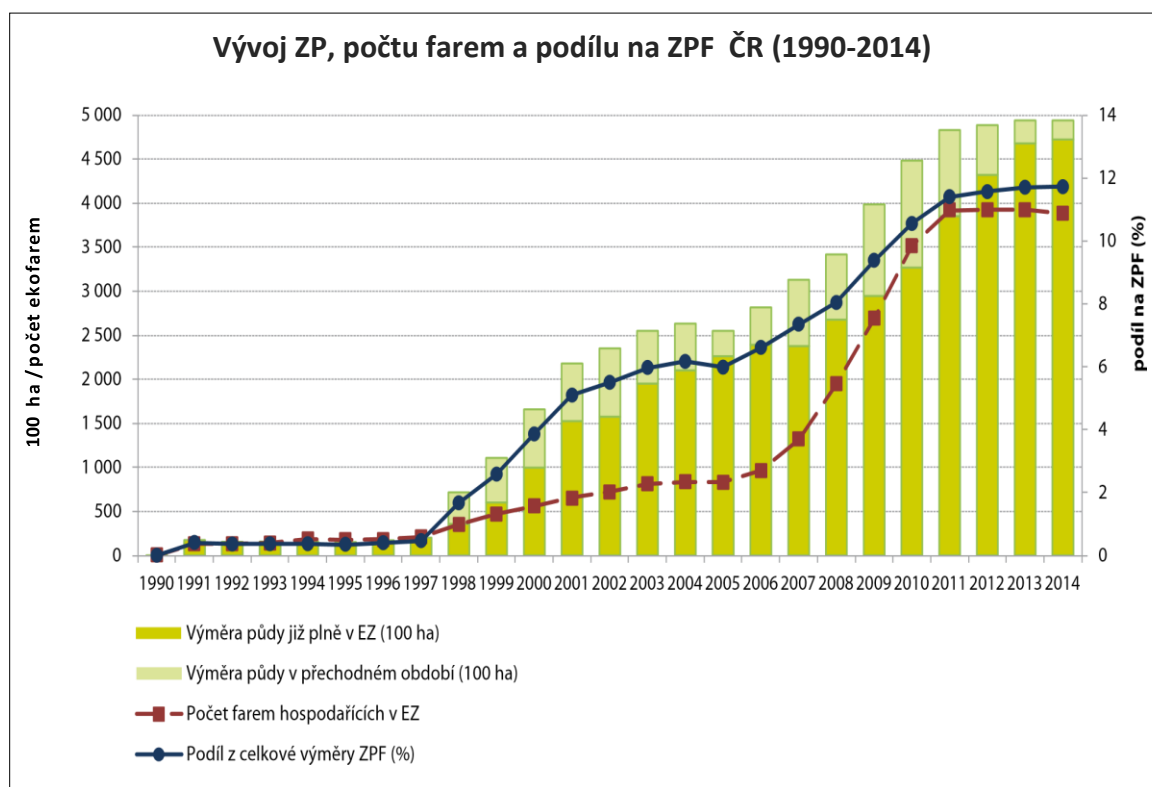
každoročně zvyšuje svůj podíl (z 24 % v roce 2005 na 34 % v roce 2014) a vystřídala do roku 2010 vedoucí kategorii 500 až 1 000 ha. Nejvyšší procentní úbytek ploch, stejně jako pokles počtu ekofarem, byl zaznamenán u kategorie do 5 ha.

Zhruba čtvrtina farem (nad 100 ha) obhospodařuje více než 82 % ploch v EZ, resp. necelých 7 % farem (nad 500 ha) obhospodařuje téměř 50 % ploch v EZ. *Lze tedy stále tvrdit, že v EZ převládají velké zemědělské podniky s převahou trvalých travních porostů.* Průměrná velikost ekofarmy (127 ha) převyšuje průměrnou velikost farmy konvenční (cca 75 ha).

VÝMĚRA PŮDY

Celková výměra ekologicky obhospodařovaných ploch k 31. 12. 2014 činila v ČR téměř 473 633 ha, což představuje podíl 11,7 % z celkové výměry zemědělské půdy v ČR. Vývoj ekologicky obhospodařovaných ploch 1990-2014 představuje obrázek 8.

Obrázek 8: Vývoj výměry půdy a počtu farem v EZ a podílu na celkovém ZPF ČR (1990-2014)



Zdroj: Ministerstvo zemědělství, 2015

Poznámka: Vývoj ploch ovlivňuje vývoj dotačních titulů pro oblast EZ. V obrázku je patrný významný zlom v souvislosti s pozastavením příjmu nových žádostí v roce 2012.



A VYUŽITÍ ZEMĚDĚLSKÉ PŮDY V REŽIMU EZ

Podle šetření ÚZEI bylo ekologickým způsobem v roce 2014 obhospodařováno celkem 473 633 ha, z nichž 11,5 % zaujímala orná půda (dále OP) (54 419 ha; z toho 10,8 % v přechodném období); 86,9 % tvořily trvalé travní porosty (dále TTP) (411 664 ha; z toho 4,4 % v přechodném období) a 1,6 % připadlo na plochy trvalých kultur (dále TK) (7 549 ha; z toho 10 % v přechodném období).

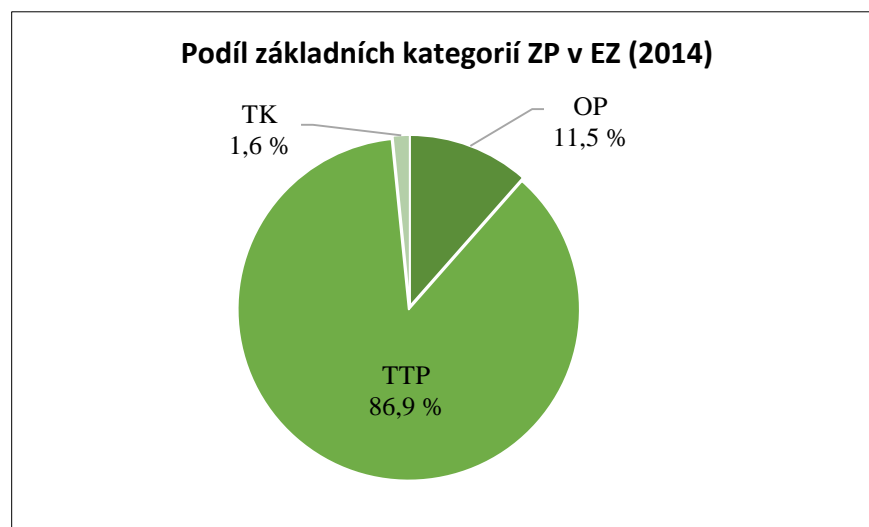
Meziročně (2014/2013) celková výměra plochy půdy v EZ vzrostla o pouhých 76 ha. Změny (v %) v jednotlivých kategoriích zemědělské půdy (dále ZP) naznačuje tabulka 1.

Tabulka 1: Struktura zemědělské půdy v ekologickém zemědělství (2014)

Užití půdy	2014		Změna 2014/2013 (%)
	ha	%	
Orná půda	54 419	11,5	0,19
TTP	411 664	86,9	0,12
Trvalé kultury	7 549	1,6	- 0,80
<i>Celková plocha</i>	<i>473 633</i>	<i>100,0</i>	<i>0,02</i>

Zdroj: Ministerstvo zemědělství (2015), vlastní úprava

Obrázek 9: Podíl základních kategorií ZP (% , 2014)



Zdroj: Ministerstvo zemědělství (2015), vlastní úprava

Zpomalení nárůstu ploch v EZ se projevilo také v dalším poklesu ploch v přechodném období. Tyto plochy tvořily již pouze 4,4 % celkové výměry zemědělské půdy v EZ (v roce 2010 27 %, v roce 2012 12 % a v roce 2013 pouze 5,3 %).

- *Orná půda (OP)*

Hlavními plodinami na orné půdě byly stejně jako v předchozích letech obiloviny (45% podíl) a pícniny (42% podíl). V roce 2014 došlo oproti předchozímu roku k poklesu plochy obilovin o 6,3 %, u pícnin se plocha téměř nezměnila. I přes zmíněný meziroční pokles oseté plochy zůstávají obiloviny hlavní plodinou na OP v EZ. Podobně jako v předchozích letech byly nejčastěji pěstovanými obilovinami pšenice a oves. Tyto dvě plodiny společně zaujímaly téměř 50 % celkové plochy obilovin v EZ (58 % po zahrnutí špaldy a pšenice tvrdé). S podílem ploch nad 10 % následovaly triticales a ječmen.

Podobně jako v případě obilnin došlo v roce 2014 ke snížení ploch také u dalších plodin pěstovaných na OP. Nejvýraznější pokles (téměř 33 %, 57 ha) byl zaznamenán u ploch zeleniny. Zelenina se pěstovala na 0,2 % orné půdy. Jednalo se hlavně o kořenovou zeleninu, zejména o mrkev. Podstatnou část plochy si udržela také zelenina plodová, a to díky pěstování dýní (patizonů a cuket). U okopanin došlo k poklesu ploch o cca 3 %, zabírají trvale okolo 0,5 % orné půdy a jde převážně o pěstování brambor (97 % ploch okopanin). Pěstování okopanin a zeleniny zůstává trvale na nízké úrovni.

Snížení ploch nastalo také u luskovin na zrno (pokles o 2,6 %). V rámci luskovin dominovalo na rozdíl od předchozího roku pěstování lupiny a pelušky (26, resp. 24 %). U technických plodin byl zaznamenán pokles o 13 % a způsoben byl především snížením ploch u kategorie léčivé, aromatické a kořeninové rostliny (LAKR) o 38 %. Jednalo se konkrétně o snížení ploch kmínu a ostropestřce. Naopak se v rámci technických plodin zvýšila plocha olejnin (o 18 %), zejména plocha sóji a hořčice.

Meziročně se opět zvýšila (o 9 %) plocha určená k pěstování osiv a sadby.

Z pohledu podílu hlavních kategorií ekologicky pěstovaných plodin na OP na jejich celkové výměře v ČR dosahují trvale vyšší podíl luskoviny na zrno (9,4 %) a pícniny na OP (5 %). Podíl ploch obilovin v EZ na jejich celkové výměře v ČR zůstává i nadále pod 2 %. V rámci technických plodin dosahují významného zastoupení v EZ také LAKR s podílem přes 20 % na jejich celkové ploše v ČR.

- *Trvalé travní porosty (TTP)*

Plochy zůstaly na stejné úrovni jako v roce 2013 (nárůst ploch o 0,12 %).

- *Trvalé kultury (TK)*

Plocha meziročně mírně poklesla o 0,8 % a byla tvořena převážně ovocnými sady (87 %). Největší zastoupení mezi ovocnými stromy měly jabloně a švestky (38, resp. 25 %). Vinice

zaujímalý 13 % ploch TK a jejich plocha meziročně také mírně poklesla (o 5,7 %). Plocha chmelnic zůstala i nadále zanedbatelná.

Podíl ploch EZ na celkové výměře půdy v ČR: ekologickými zemědělci bylo v ČR v roce 2014 obhospodařováno více než 40 % ploch TTP, téměř 2 % orné půdy a přes 10 % ploch trvalých kultur (Ministerstvo zemědělství, 2016).

B ROSTLINNÁ BIOPRODUKCE

Objem ekologické rostlinné produkce (tj. produkce pouze z ploch v plném ekologickém režimu) v roce 2014 dosáhl 1 469 tis. t (nárůst o cca 199 tis. t, tj. o 16 % proti roku 2013), z toho však produkce píce (přepočtená na seno) tvořila 94 %.

Celková produkce jen z orné půdy činila 150,6 tis. t (10% podíl), z toho cca 42 % tvořila produkce obilovin (63,9 tis. t) a 51% produkce píce na orné půdě (objem v seně). V rámci obilovin dosáhly největšího objemu produkce pšenice a oves (tvořily 49 % celkové produkce obilovin).

Celková produkce u TK dosáhla 8 315 t (meziroční pokles o 8 %). Z tohoto množství připadá 69 % na ovocné sady (jádroviny, peckoviny) a 25 % na vinice, u kterých došlo opět k meziročnímu růstu produkce, a to o 8 %.

Srovnání hektarových výnosů EZ a KZ

Z pohledu hektarového výnosu se výnosy obilovin v EZ v roce 2014 pohybovaly v rozmezí 42-75 % výnosu konvenčního. Luskoviny dosáhly 58 %, brambory 40 %, olejnin 20 % (z toho hořčice až 76 %) a píce 52 % konvenčního výnosu.

Podrobný přehled ploch plodin a rostlinné produkce uvádí příloha 1 (Ministerstvo zemědělství, 2016).



STAVY HOSPODÁŘSKÝCH ZVÍŘAT A ŽIVOČIŠNÁ PRODUKCE

A STAVY ZVÍŘAT

Živočišná výroba zaznamenala v roce 2014 nárůst počtu ekologicky chovaných zvířat o 4 %. Na ekofarmách bylo chováno okolo 382 tis. kusů zvířat. Tento údaj zahrnuje pouze zvířata chovaná v ekologickém režimu, která prošla přechodným obdobím. Stejně jako v předchozích letech dominoval jednoznačně chov skotu (224 tis. kusů s 87% podílem na celkovém počtu DJ), následovaný chovem ovcí (přes 100 tis. kusů a 8% podíl). Většina hlavních kategorií hospodářských zvířat, tj. skot, kozy, koně, prasata a drůbež, zaznamenala meziroční nárůst počtu zvířat. Výjimkou jsou ovce, kde došlo k velmi mírnému 1% poklesu.

Oproti roku 2013 došlo k velmi výraznému poklesu počtu včelstev. Počet včelařů sice meziročně vzrostl z 10 na 15, avšak počet včelstev poklesl téměř o 95 %. Přehled stavů uvádí příloha 2.

Již tradičně pokračoval nárůst stavů skotu (o 5,4 %), přičemž nejrychleji rostla kategorie KBTPM (7,2 %). Oproti roku 2013 došlo také k navýšení stavu dojníc, a to o 5 %. Přesto podíl dojníc na celkovém stavu skotu v EZ stále výrazně zaostává za celorepublikovým poměrem (3,3 % v EZ oproti celkovým 27,1 %). Růstový trend pokračoval také u chovatelů prasat, kdy se jejich počet navýšil o 3 chovatele a počet prasat o 7,2 % na 1 994 kusů. Stav koz chovaných v režimu ekologického zemědělství se meziročně zvýšil o 18,3 %. Podobná situace je také u chovu koní, kde byl zaznamenán meziroční nárůst o 14,6 %.

V rámci chovu drůbeže byl 5% pokles v roce 2013 nahrazen 7,4% nárůstem. Zvýšení stavů bylo zaznamenáno u brojlerů (nárůst o 53,8 %) a u kategorie ostatní drůbež (krůty, kachny a husy), kde došlo k navýšení o 37,1 %. Výrazný pokles nastal naopak u nosnic. Z necelých 20 tis. kusů zaznamenaných v roce 2013 poklesl jejich počet zpět k hodnotě 13 tis. kusů, okolo které se pohyboval v letech 2010-2012.

Zvířata v přechodném období

Ze srovnání počtů všech zvířat a zvířat v certifikovaných chovech vyplývá, že 2,6 % skotu, 3,3 % ovcí, 4,2 % koz, 3,8 % prasat a 10 % koní ještě není chováno v plném ekologickém režimu.

B ŽIVOČIŠNÁ PRODUKCE

Následující text zahrnuje živočišnou produkci, která je certifikovatelná (tj. pochází ze zvířat chovaných podle zásad EZ), a kterou farmář plánuje/chce prodat v daném roce ať už jako bio, nebo konvenční produkt (tj. produkce, která *může být prodána* v biokvalitě).

- *Maso a zástav*

Produkce masa vzrostla o 3 % oproti roku 2013 a činila 6 578 t. Největší podíl mělo hovězí maso, jehož produkce se meziročně zvýšila o 3,4 % a podobně jako v předešlém roce představovalo 88% podíl na celkové produkci biomasa. Necelých 7 % tvořilo, stejně jako v předchozích letech, maso skopové/jehněčí. Vzestupná tendence se udržela také u produkce kozího a vepřového masa, kdy ve srovnání s rokem 2013 došlo k navýšení o 17,5 % u kozího a 5,6 % u vepřového masa. V produkci masa drůbežího byl naopak zaznamenán meziroční pokles a to o 26 %.

Kromě produkce masa je také sledován *prodej živých zástavových zvířat*. V roce 2014 bylo zaznamenáno navýšení počtu prodaných zvířat u obou sledovaných skupin. Zástavových

ještě bylo prodáno 14 726 kusů (15% meziroční nárůst) a zástavových telat 43 542 kusů (nárůst o necelá 3 %).

- *Mléčná produkce*

Produkce kravského mléka dosáhla v roce 2014 téměř 30 mil. litrů, zaznamenán byl mírný meziroční pokles o 7 %. Naopak velmi významný vzestup nastal u produkce upraveného koziho mléka, což je pravděpodobně způsobeno změnou orientace u klíčového producenta (přechod z výroby sýrů právě na upravené mléko). Nasvědčuje tomu také situace v produkci sýrů, kdy u kravského a ovčího sýra došlo k navýšení produkce (o 66 %, resp. 6,9 %), zatímco produkce koziho sýra meziročně poklesla o více než 37 %. Produkce másla, tvarohu a smetany pokračovala, stejně jako v předešlém roce, v rostoucím trendu.

- *Vejsce*

V produkci vajec nebyla zachována vzestupná tendence z předcházejících let. Naopak zde byl zaznamenán téměř 35% pokles (z 3 521 tis. kusů na 2 296 tis. ks, neboli při uvažované hmotnosti 62,5 g na vejce pokles o cca 76 t vajec).

- *Med*

Produkce medu zaznamenala rapidní pokles (97 %), což lze do jisté míry přisuzovat plošnému rozšíření onemocnění včelstev a jejich celkovému úbytku v EZ.

Podíl stavů zvířat na celkových stavech v ČR

Bioskot zaujímal 16% podíl na celkových stavech skotu v ČR, z toho podíl dojníc na jejich celkovém počtu dosahoval pouze 2 %. Velké oblibě se u ekozemědělců stále těšil chov ovcí a koz, kdy bylo v ekologickém chovu zařazeno 45 % všech ovcí a 37 % koz. V případě koní byla v režimu EZ zařazena již pětina chovaných zvířat. Podíl ekologicky chované drůbeže na celkových počtech byl zanedbatelný (0,1 %), podobně i podíl bioprasat se dlouhodobě pohybuje kolem hodnoty 0,1%.

Podrobný přehled stavů zvířat a živočišné produkce uvádí příloha 2.

2.1.11 Ekonomické aspekty ekofarem

Přechod z konvenčního podnikání na ekologické je složitý proces, protože se jedná o inovace celého systému a produkčních metod. Takováto změna přináší zejména v prvních letech po začátku konverze snížení výnosů. Kromě snížení výnosů dochází také ke snížení počtu zvířat na farmě a k redukci tržních plodin. Důvodem pro snižování počtu zvířat na farmě je především snaha o dodržení standardů chovu, které stanovují limit maximálního

počtu zvířat na hektar a také snaha o přizpůsobení stáda možnostem produkce krmiv. Může docházet k nedostatku obilnin jako krmiv i z důvodu jejich výhodnějšího prodeje k potravinářským účelům.

U rostlinné produkce je poměr výnosů mezi ekologickým a konvenčním způsobem hospodaření do značné míry ovlivňován typem regionu, úrovní intenzity v konvenčním zemědělství a rozdílností klimatických vlivů. V průběhu konverze na EZ se mění struktura plodin pěstovaných na orné půdě. Snižuje se zastoupení pšenice, ječmene, olejnin, kukuřice a cukrovky. Přednost získávají luskoviny a píce. V rámci obilovin je dosahováno větší pestrosti. Kromě špaldy je v EZ pěstována také pohanka a proso.

V porovnání s konvenčním zemědělstvím jsou výnosy v ekologickém zemědělství zpravidla nižší. Nižší hektarové výnosy způsobují, že i při nižších celkových nákladech jsou výrobní náklady ekologicky pěstovaných plodin vyšší, než při konvenčním hospodaření. *V živočišné produkci* dochází vlivem konverze ke změnám v systému krmení a ke změnám typů krmiv. Určitá krmiva jsou často nahrazována krmivy vlastní produkce. Konverze není příliš atraktivní pro vysoce specializované farmy (např. chov drůbeže, prasat), jelikož přechod na ekologické zemědělství by vyžadoval značné úpravy a investice.

Podniky zaměřené na chov zvířat zkrmuje objemnou píci dosáhly příjmu z produkce 9 551 Kč/ha (51 % produkce v konvenčním zemědělství), mléčné ekofarmy 28 181 Kč/ha (68 % produkce v konvenčním zemědělství) a ekofarmy s polní a smíšenou výrobou 16 122 Kč/ha (41 % produkce v konvenčním zemědělství).

Příjem z produkce se tak u ekofarm pohybuje v rozmezí 41 až 68 % příjmu konvenčního zemědělství.

Na získání příjmu z produkce vynakládají ekofarmy výrazně méně nákladů, v rozmezí 46 až 75 % celkových nákladů v konvenčním zemědělství (resp. o 35 až 65 % nižší přímé náklady proti v konvenčnímu zemědělství) (*Ministerstvo zemědělství, 2016*).

Dotace pro EZ

Hlavní složkou celkových výnosů jsou tržby a dotace. Bez dotací jsou ekofarmy, ale i konvenční farmy ztrátové, avšak ekofarmy vykazují vyšší ztráty než konvenční zemědělství. Téměř polovina nákladů je hrazena z dotací u ekofarm s chovem zvířat zkrmuje objemnou píci, okolo 25 % u mléčných a smíšených ekofarm (Akční plán, 2016). Dotace na ekologické zemědělství jsou dnes dostupné ve všech zemích EU, liší se však jejich výše, podmínky pro jejich získání či horní limit dotace na farmu. V některých

zemích jsou dotace vypláceny pouze v období konverze, v jiných zemích (i v ČR) jsou vypláceny trvale (Šarapatka & Urban, 2006).

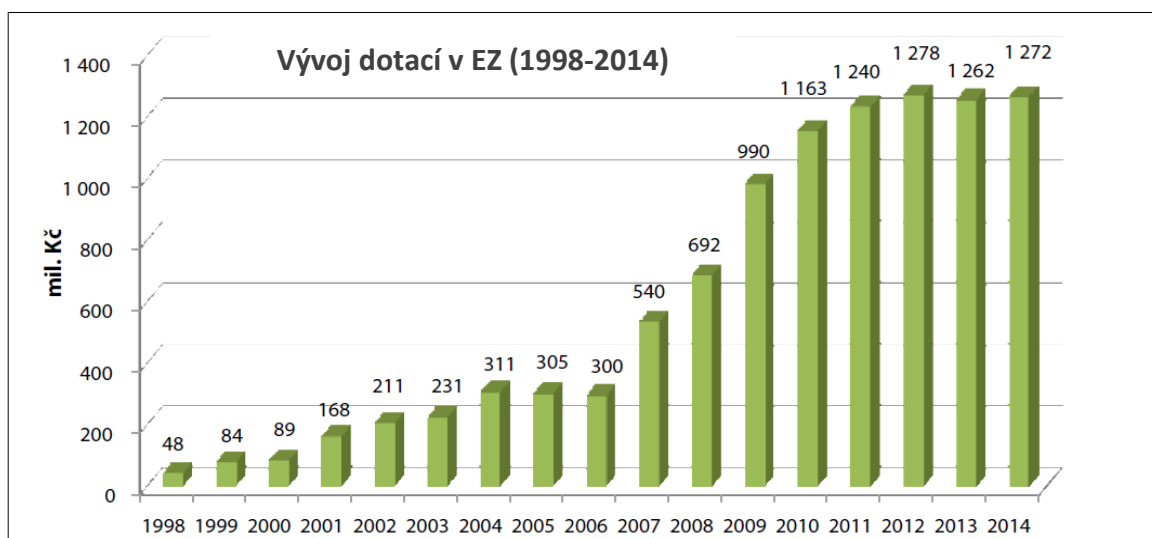
Dotace jsou v oblasti EZ vypláceny zejména v souvislosti s tzv. mimoprodukční funkcí EZ:

- udržením tradičního rázu kulturní zemědělské krajiny;
- vytvářením pracovních příležitostí;
- udržením osídlení venkova.

Jsou často kombinovány s dalšími tituly tzv. *agroenvironmentálních opatření* (od roku 2015 AEKO – *agroenvironmentálně-klimatická opatření*), které souvisí s ekologicky šetrným managementem travních porostů.

V roce 2014 bylo v ČR na dotacích pro ekologické zemědělství vyplaceno celkem 1 272 mil. Kč (1 257 mil. Kč v roce 2013).

Obrázek 10: Vývoj dotací v EZ (1998-2014)



Zdroj: Ministerstvo zemědělství, 2015

Poznámka: Od roku 2012 došlo k zastavení příjmu žádostí o zařazení do titulu „Ekologické zemědělství“ pro nové žadatele o podporu, k obnovení dochází po roce 2015.

Další bonusy vyplývající z ekologického způsobu hospodaření souvisí s projektovými dotacemi (Program rozvoje venkova), kde získávají ekologičtí podnikatelé bodové zvýhodnění.

Aktuální nastavení dotací pro EZ a AEKO

Pro období 2015-2020 bylo v rámci nové Společné zemědělské politiky vyčleněno *samostatné opatření Ekologické zemědělství*. Dříve byl tento dotační titul upraven v rámci agroenvironmentálních opatření v rámci Osy II Programu rozvoje venkova.

Kultury způsobilé pro poskytnutí dotace v rámci EZ:

- trvalý travní porost,
- standardní orná půda s pěstováním zeleniny a speciálních bylin, pěstováním trav na semeno a pěstováním ostatních plodin,
- orná půda – travní porost,
- orná půda – úhor,
- trvalá kultura – ovocný sad, vinice a chmelnice,
- jiná trvalá kultura – krajinotvorný sad.

Více příloha 3 Dotace pro oblast ekologického zemědělství a AEKO.

Podmínky pro poskytování dotací pro oblast ekologického zemědělství

Žadatelem je fyzická osoba nebo právnická osoba, která provozuje zemědělskou činnost vlastním jménem a na vlastní odpovědnost, hospodaří v souladu se zákonem č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a ke dni podání žádosti o zařazení je registrována v systému ekologického zemědělství.

Musí být zemědělským podnikatelem, aktivním zemědělcem a musí splňovat podmínky cross-compliance, minimálních požadavků na použití hnojiv, minimálních požadavků na použití přípravků na ochranu rostlin a dalších podmínek NV pro EZ.

Nově jsou dotace diferencovány. Pro období konverze (přechodu na EZ) jsou dotace vyšší, a to od 1 do 70,- Kč /ha z.p.

Minimální výměra zemědělské půdy, kterou je možno do EZ zařadit je 0,5 ha. Žádost o zařazení se podává na období závazku v délce trvání 5 let.

Dotace se poskytne, pokud je žadatel zařazen do opatření Ekologické zemědělství. Platba (výpočet) = sazba příslušné kultury x způsobilá výměra (LPIS).

Jednotlivé podmínky pro poskytnutí dotace v rámci EZ jsou podrobně uvedeny v Metodice. Tuto metodiku vydává Ministerstvo zemědělství a je k dispozici na stránkách www.eagri.cz.

AEKO

Od roku 2015 již nebylo možné vstupovat do programu AEO (EZ), je naopak možné požádat o zařazení do jednotlivých podopatření AEKO (agroenvironmentálně-klimatická opatření). Více příloha 3 Dotace pro oblast ekologického zemědělství a AEKO.

Žádost o zařazení do jednotlivých podopatření může podat fyzická osoba, právnická osoba nebo organizační složka státu, jestliže obhospodařuje zemědělskou půdu vedenou v LPIS a splňuje další podmínky pro zařazení do příslušného podopatření.

Kombinovatelnost AEKO a EZ

AEKO platby za ošetřování travních porostů je i nadále možné kombinovat s platbou na travní porosty v EZ. Platby se už ale nesčítají v plné výši, jako tomu bylo dosud, ale kromě dvou managementů (extenzivní louky a pastviny a suché stepní trávníky a vřesoviště) jsou *AEKO platby v kombinaci s EZ kráceny*.

Platby na EZ *není možné kombinovat* s platbou AEKO na zatravnění, biopásy a ochranu čejky, která je nově podporována na orné půdě.

Hospodářský výsledek na ekofarmách v roce 2013

K posouzení ekonomické výkonnosti ekofarem je v rámci šetření ÚZEI sledován vývoj podílu ziskových ekofarem na jejich celkovém počtu. Všechny subjekty v šetření jsou dotazovány na jejich hospodářský výsledek (HV) v předchozím roce (tj. v šetření 2014 na výsledek hospodaření v roce 2013), ať už hospodařily ekologicky nebo ještě konvenčně. Z celkového počtu 3 808 respondentů uzavřelo hospodaření v roce 2013 se ziskem 95,7 % farem (3 644 subjektů), 3,4 % realizovalo ztrátu a zbylých 0,9 % (34 subjektů) údaj nevedlo (nejčastěji z důvodu, že farma v daném roce neexistovala a jednalo se o začínající zemědělce).

V rámci ekofarem se záporným HV jsou zastoupeny jak farmy malé, tak i velké (rozpětí od 0,03 ha až po 580 ha) a také ekofarmy s různou kombinací hospodaření. Z analýzy dat vyplývá, že ke ztrátovějším podnikům patří ekofarmy zaměřující se na pěstování trvalých kultur a to i v kombinaci s pěstováním plodin na orné půdě, kdy ztrátu vykazalo cca 10 % zemědělců (Šejnohová et al., 2015a).

2.1.12 Odbyt faremní bioprodukce

Možnosti uvádění bioproduktů na trh mohou být rozděleny na přímé a nepřímé (Václavík, 2008a).

A NEPŘÍMÉ DISTRIBUČNÍ CESTY:

- zprostředkovatelé,
- velkoobchody,
- odbytová družstva,

- zpracovatelé bioproduktů a výrobci biopotravin,
- specializované prodejny biopotravin a zdravé výživy,
- restaurace a hotely,
- společné neveřejné stravování (nemocnice, závodní jídelny, školy),
- konvenční prodejny potravin a řetězce supermarketů.

B PŘÍMÉ DISTRIBUČNÍ CESTY:

- prodej přímo na farmě ze stánku či malé prodejny,
- vlastní sběr zákazníky,
- (bio)tržnice,
- (bio)bedýnky,
- on-line prodej přes internet (Václavík, 2008a).

AdA NEPŘÍMÉ DISTRIBUČNÍ CESTY

Nejdůležitější faktory, na které je potřeba brát zřetel při prodeji prostřednictvím nepřímých trhů, jsou požadavky a potřeby zákazníků a schopnost zemědělce je splnit.

Zprostředkovatelé

Zprostředkovatelé/makléři jsou firmy, které bioprodukty nenakupují, ale slouží jako prostředníci, kteří dohadují obchody mezi prodávajícím a kupujícím. Makléři se snaží nalézt nejkvalitnější produkty za ceny přijatelné jak pro prodávajícího, tak pro kupujícího a informují obě strany o podmínkách nabízené smlouvy (Václavík, 2008a).

Velkoobchody

V případě velkoobchodu se jedná o nákup a prodej zboží za účelem jeho prodeje k další podnikatelské činnosti.

K velkoobchodním subjektům zaměřeným na bioprodukcii lze zařadit např. *PRO-BIO, obchodní společnost s r.o.* Tento velkoobchod je významným českým výrobcem a dodavatelem širokého sortimentu kvalitních biopotravin. Nabízí přes 1 200 produktů v kvalitě bio v maloobchodním, velkoobchodním či gastrobalení (PRO-BIO, n. d.).

Odbytová družstva (odbytové organizace)

Cílem těchto organizací je zajistit vyšší ceny, garantovat prodej a snížit vstupní a provozní náklady svých členů. Mohou také poskytovat některé služby, jako sklizeň, balení, skladování, chlazení a transport. Soustřeďují produkci na jednom místě od více svých členů

a tím zajišťují požadované množství pro kupující, jež by jednotliví členové sami nebyli schopni zajistit. Jako příklad lze uvést Družstvo České biopléko.

Zpracovatelé bioproduktů a výrobci biopotravin

Zpracovatelé většinou uzavírají se zemědělci smlouvy o dodávkách určitého množství bioprodukce v požadované kvalitě a přesně určeném termínu. Zpracovatelé mohou kontrolovat kvalitu a způsoby produkce na základě smluv prostřednictvím svých zástupců.

Supermarkety a specializované prodejny s biopotravinami a zdravou výživou

Supermarkety a specializované bioprodejny se při prodeji biopotravin často doplňují. Supermarkety nabízejí omezený sortiment nejvíce žádaných položek, často vyrobených pro řetězce pod vlastní (privátní) značkou. Zboží je nakupováno centrálně, pokud možno co nejefektivněji a nejlevněji, jeho geografický původ není až tak důležitý. Hlavním prodejním argumentem je nízká cena.

Specializované bioprodejny naproti tomu nabízejí velmi široký sortiment biopotravin, často s důrazem na regionalitu a místní zdroj. Velmi oblíbenými položkami jsou ovoce a zelenina v kvalitě bio. Hlavní prodejní devízou je široká nabídka, biospeciality a odborné osobní poradenství. Výhodou pro ekozemědělce je většinou platba v hotovosti při dodání, možnost získat vyšší ceny a prodej bez nutnosti prostředníka. Naopak nevýhodou bývají vysoké dopravní náklady na jednotku zboží a vyšší požadavky na kvalitu produktů. Maloobchodní prodejny vyžadují časté rozvozy menšího množství široké škály produktů (Moudrý & Prugar, 2001).

Restaurace a hotely

Další nepřímou distribuční cestou jsou dodávky do restaurací a hotelů. Kuchaři v mnoha luxusnějších restauracích mají zájem o nákup kvalitního zboží přímo od zemědělců. Umožňují jim připravovat jídla z přirozeně uztřelé zeleniny a ovoce, i získat speciální zboží, které velkoobchodníci nenabízejí (topinambury, jedlé květy, výběr masných produktů, čerstvá vejce, mléčné výrobky). Výhodou dodávek do restaurací je zejména stálý odběr po celou sezónu. Další výhodou je uvádění jména dodavatele v jídelním lístku. Na druhou stranu i dodávky do restaurací mají své nevýhody. Z důvodu např. omezeného skladovacího prostoru nebo prostoru pro chlazení jsou dodávky produkce vyžadovány i několikrát týdně (Václavík, 2008a).

Společné neveřejné stravování

Společné neveřejné stravování se stává v Evropě jedním z velmi perspektivních trhů pro ekologické potraviny. Mnohé z vlád si daly za cíl podpořit tento odbytový kanál, sílí také poptávka ze strany samotných institucí (škol, nemocnic, domovů důchodců, apod.) na vaření z biopotravin.

Nezbytnou podmínkou úspěchu je komunikace a úzká spolupráce mezi dodavatelem a velkokuchyní (vymezení sortimentu, velikosti balení, míry zpracování, požadavků na čistotu, způsobu objednávání a požadavků na logistiku).

Výhodou společného neveřejného stravování je potenciálně velký trh, zatímco nevýhodou je nutnost přesné komunikace s odběrateli, vysoké nároky na logistiku nebo nutnost proškolení kuchařů (Šarapatka & Urban, 2005).

Poznámka: V řadě odborných publikací je často zaměňován pojem společné veřejné a společné neveřejné stravování.

⇒ *ŠKOLNÍ STRAVOVÁNÍ*

Specifickou oblastí, kde je žádoucí dosáhnout významně většího zastoupení bioprodukce jsou školy/školní jídelny. Nejedná se však jen o samotné potenciální objemy dodávek, ale především o zdravé stravování dětí. Ať už na úrovni svačinek nebo v rámci obědů připravovaných v rámci školních jídelen. Inspirací mohou být mnohé evropské země, které na úrovni vlád/zemských vlád, regionů, obcí, škol a sdružení rodičů dokáží docílit poměrně významného zastoupení biopotravin. Použití biosurovin v jídelnách často brání cena konečného jídla, která ovlivňuje počet strávníků, a tedy fungování jídelny. Řada příkladů z celé Evropy však potvrzuje, že „bio do škol“ je možné. Jsou cennou inspirací pro české producenty, školy i státní instituce, že biopotraviny ve školách mohou získat významné zastoupení.

• *Francie*

Ve Francii je vaření z biopotravin ve školních jídelnách propagováno slogany „Manger bio, local et de saison“ nebo také "Manger bio et local, c'est idéal" (Jezte bio, místní a sezónní produkty; Jíst bio a místní produkty je ideální). Projekt vaření z bioproduktů začal již počátkem devadesátých let, od té doby byl zaznamenáván jednoznačný nárůst: od 400 000 jídel v roce 2000 až po 4,5 milionu jídel v roce 2006. Tato iniciativa je podporována celostátní organizací „Un Plus Bio“, která je odpovědná za provádění kampaně „Manger bio en restauration collective“ (Valeška, 2012b).

- *Spojené království*

Z důvodu neustále se zvyšující obezity přijalo Spojené království v roce 2006 nové celonárodní standardy pro školy. V listopadu 2007 byl zahájen program „Food for Life“, jehož cílem je zlepšit stravování ve školách v celé zemi. Ve školách, které se do projektu zapojily, byl například zakázán prodej sladkostí, slazených nápojů a nezdravého občerstvení. Místo toho se začalo prodávat mléko, kysané nápoje, ovocné džusy a voda. Volně k dispozici je chléb a voda, a nejméně dvakrát denně také ovoce a zelenina. Program „Food for Life“ realizuje organizace Soil Association. Cílem programu, který zahrnuje 3 600 škol, je zvýšit používání regionálních produktů a bioproduktů při přípravě pokrmů. Usiluje také o to, aby se výrazně zvýšil podíl spotřeby čerstvých výrobků. Cílem je dosáhnout podílu 50 % regionálních a 30 % biosurovin. Některé ze vzorových škol nakupují až 60 % surovin v biokvalitě (Standards for school, n. d., Food for life, n. d.).

- *Rakousko*

Rakousko podporuje spotřebu bioprodukce v rámci tzv. Bio Aktionsprogramm. Ten se mimo jiné soustředí na to, aby bylo ekologické zemědělství známé i ve školách a školkách. V některých školách propagují ekologické zemědělství v podobě nových vyučovacích předmětů. Například ve vídeňských základních školách je zastoupena bioprodukce v jídelnách okolo 30 %, ve školkách 43 % a v nemocnicích 30 %. Biostrava ale není otázkou jen velkých měst, je běžná i ve venkovských oblastech. Cílem je zapojit do dodávek regionální ekologické farmy, pekárny, řeznictví apod. Dostupnost zvyšují sociální dotace, o které lze požádat (Aktionsprogramm Biologische Landwirtschaft, 2015).

- *Itálie*

Od roku 2000 platí v Itálii zákon, kterým je stanovena povinnost v jídelnách veřejných institucí, škol a nemocnic používat suroviny v biokvalitě. Suroviny v biokvalitě pravidelně používají zejména jesle, mateřské a základní školy. V některých případech lze se jednat i o jídla připravená 100% v biokvalitě. Organizace Biobank odhaduje, že počet školních jídel obsahujících alespoň nějaké suroviny v biokvalitě dosahuje v celé Itálii jednoho milionu denně.

Příklady „správné“ praxe:

- ✓ Řím: město je rozděleno do 11 částí, ve kterých se nachází 700 škol a z toho pouze 1,8 % stravu dováží, ostatní mají svoji kuchyni. Celkový počet jídel za rok činí okolo 90 milionů (počítáno včetně přesnídávek a svačin). V současné době se při přípravě školních jídel používají z 67,5 % biosuroviny, z 26 % regionální produkce,

ze 14 % produkce „fair trade“ (pomoc producentům v zemích třetího světa, konkrétně v Dominikánské republice, Ekvádoru, Peru a Kolumbii).

- ✓ Miláno: díky spolupráci mezi cateringovou firmou Milano Ristorazione a svazem ekologických zemědělců AIAB dostávají školáci v Miláně bioovoce. Společnost dodává do 400 milánských škol denně cca 50 000 kilogramů biopomerančů nebo biojablek (Valeška, 2012b).

Poznámka: V zahraničí zpravidla není oblast školního stravování řízena centrálně, jako v případě České republiky. Naopak zde mají významné pozice regiony a města/obce. Přesto zde i na této úrovni existují přesně stanovená pravidla. Vlastní školní stravování zajišťují často cateringové společnosti.

- *Česká republika*

I v ČR bylo realizováno několik projektů. Největší projekt „Bioškoly“ realizovala v letech 2009-2011 společnost COUNTRY LIFE s.r.o. s dotační podporou MZe. Cílem bylo vytvořit a odzkoušet modelový distribuční řetězec, který by školám usnadnil přímý odběr biopotravin a dále dosáhnout ve využívání biopotravin ve školních jídelnách podílu 10 %. Smluvním školám, základním i středním školám projekt nabízel komplexní logistické zajištění dodávek surovin a potravin od domácích ekozemědělců a výrobců biopotravin, včetně širokého marketingového a poradenského servisu. Do projektu bylo zapojeno 39 dodavatelů (z toho 11 dodavatelů masa) a 36 školních zařízení a samostatných školních jídelen. Hlavními cílovými skupinami byli děti, jejich rodiče a zástupci škol (ředitelé, vedoucí školních jídelen, kuchařky). Semináře, exkurze, biojarmarky a dny otevřených vrat byly realizovány ve spolupráci se sdružením PRO-BIO LIGA. Součástí byly kurzy vaření, včetně vydané biokuchařky. Byly také vydávány informační materiály. Ty přinášely bližší informace k projektu, a měly obecně usnadnit zavádění biopotravin do škol, dodávky bioprodukce a zvýšit informovanost všech cílových skupin (Bioškoly. Zavádění biopotravin do škol, 2011).

Aktuálně lze například využít program *Škola pro trvale udržitelný život*, jehož cílem je rozvoj občanské společnosti, principů místní Agendy 21, realizace udržitelného rozvoje místa. Škola pro udržitelný život je společný program Nadace Partnerství a Střediska ekologické výchovy a etiky Rýchory – SEVER. Projekt je podporován Státním fondem životního prostředí.

→ *Školní bufety a prodejní automaty*

V mnoha školách jsou provozovány *bufety*. Nabídku v těchto zařízeních přísně reguluje např. Spojené království. Je zakázáno nabízet jakékoliv sycené slazené nápoje. Zákaz se týká sladkostí a také tzv. bufetových (fast-foodových) výrobků. V Rakousku je doporučeno v podobných zařízeních prodávat např. celozrnný chléb, knäckebröt, mléčné nápoje, minerální vodu, ovocné šťávy, sendviče, jogurt, sezónní ovoce, popřípadě teplé polévky a různé formy müsli. Jsou doporučeny výrobky z ekologického zemědělství a výrobky umístěné v ekologickém obalu. Doporučený „nákupní koš“ nezahrnuje přeslazené nápoje, sladkosti a např. výrobky ze syrového mléka.

Stejná situace je k řešení i v oblasti *prodejních automatů*. Např. Francie uplatnila ze všech zemí EU nejradikálnější stanovisko k prodejním automatům ve školních zařízeních. V roce 2004 byl přijat zákon, který zakazuje veškeré prodejní automaty na základních a středních školách. Zákon vešel v platnost v roce 2005. Striktní zákon byl přijat i přes to, že Francie patří k zemím s velmi nízkým výskytem obezity. Snahou je situaci zmírnit a umístit ve školách prodejní automaty s alternativními výrobky (Hnilicová, n. d.).

Poznámka: V současné době je snaha i ze strany MŠMT regulovat produkty, které jsou prodávány v rámci školních bufetů a prodejních automatů. Vstupuje v platnost tzv. pamlsková vyhláška (282/2016 Sb.), která od 1. 1. 2017 bude významně ovlivňovat nabídku produktů zejména pro školáky na 1. a 2. stupni ZŠ.

Změna v programu Ovoce do škol již bude umožňovat sjednání přímých dodávek těchto produktů do škol z farem. Školy by se měly samy orientovat zejména na ekologickou produkci.

Ad B PŘÍMÉ DISTRIBUČNÍ CESTY

Ekologické zemědělství umožnilo rozvoj řady diverzifikovaných, decentralizovaných systémů, ve kterých farmáři mají větší kontrolu nad marketingem a prodejem tím, že vynechávají tradiční odbytové kanály a prodávají přímo zákazníkům na místní nebo regionální úrovni. Ovoce, zelenina, maso a některé mléčné výrobky jsou ideální pro přímý prodej konečným zákazníkům, protože tyto potraviny nevyžadují mnoho úprav. Přímý prodej má smysl zejména pro zemědělce produkující menší množství širokého spektra plodin (Václavík, 2008a).

Prodej na farmě nebo ve stánku

Prodej na farmě nebo ve stánku nabízí bioprodukty přímo konečným spotřebitelům. Stánek bývá často umístěn v blízkosti farmy nebo sadu. Může mít podobu trvalé stavby nebo mobilního stánku či přívěsu. Producenti nejčastěji využívají prodej z farmy nebo ze stánku, aby prodali přebytečnou úrodu a zvýšili svůj příjem. Zákazníci si zde mohou koupit maximálně čerstvou, vysoce kvalitní bioprodukcí v přátelské atmosféře a za rozumnou cenu. Určitým nedostatkem může být dojezdová vzdálenost na farmu a proměnlivá kvalita.

Vlastní sběr zákazníky

Vlastní sběr zákazníky je realizován tak, že si zákazníci sami sbírají např. ovoce a zeleninu přímo na farmě. Tento způsob je oblíbený u těch zákazníků, kteří upřednostňují čerstvé, kvalitní produkty za nižší ceny. Důležitými podmínkami úspěchu této distribuční cesty jsou rozmanitost nabídky, kvalita, značná publicita a reklama.

Výhodou vlastního sběru jsou především snížené náklady spojené se sklizní, tříděním, balením a skladováním nebo snížené náklady na přepravky. Hlavní nevýhoda této přímé cesty spočívá v tom, že zemědělec musí své zákazníky na farmu určitým způsobem přilákat (Václavík, 2008a).

Trhy/farmářské trhy

Trhy/tržnice jsou v poslední době velmi populární formou přímé distribuční cesty. Zemědělci pravidelně přicházejí na určené místo nabízet svoji úrodu přímo spotřebitelům. Trh může být řízen organizací zemědělců, sdružením spotřebitelů nebo místní či regionální správou. Pro získání důvěry zákazníka je vystavena kopie *Osvědčení od kontrolní organizace o původu bioproduktu* (Spolek poradců v EZ ČR, 2008).

Důvěryhodnost trhů/tržišť se snaží zvýšit Asociace farmářských tržišť ČR (AFT ČR), která sdružuje pořadatele poctivých farmářských trhů. Konkrétně prostřednictvím kodexu, který shrnuje základní principy důležité pro zachování autenticity trhů (Asociace farmářských tržišť ČR, n. d.)

Biobedýnka

Biobedýnka je systém, při kterém se ekologický farmář, nejčastěji zelinář, rozhodne pravidelně zavážet své výpěstky v bedýnkách přímo zákazníkům domů nebo na sjednané odběrové místo. Vedle vlastních produktů může do biobedýnky přidávat i bioprodukty od dalších místních zemědělců. S partnerskými firmami je sestavován nabídkový sortiment,

zohledněny jsou termíny, objem sklizně a pěstitelské schopnosti. Základem bioboxů jsou většinou nejrůznější druhy zeleniny a ovoce. Nabídka bývá vystavena na internetu.

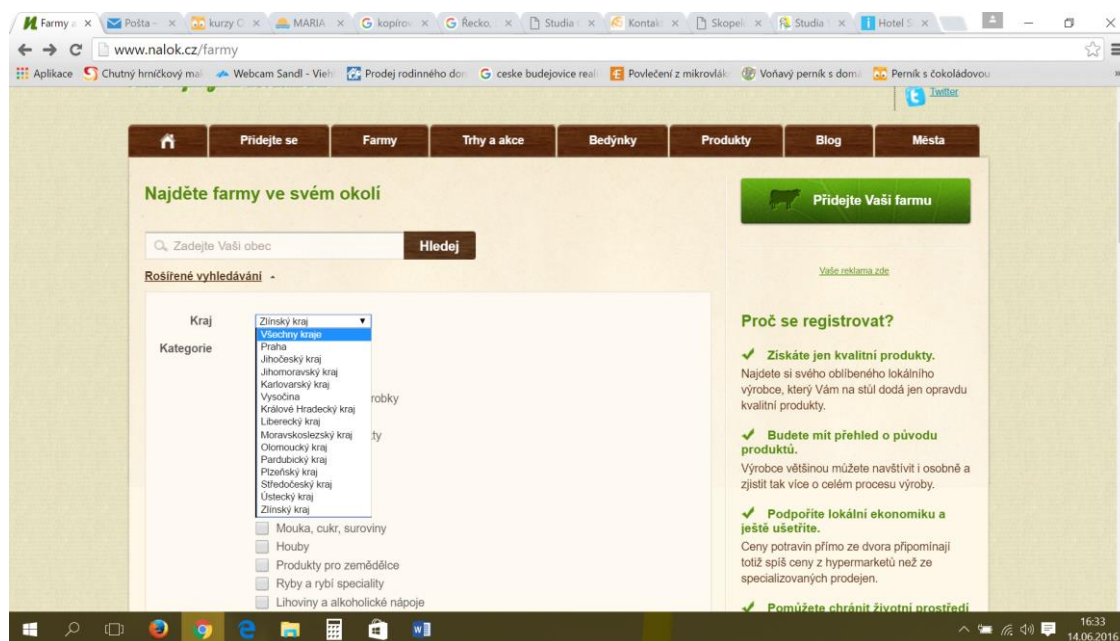
Rozhodujícím faktorem úspěchu tohoto způsobu distribuce je logistika. Efektivní plánování rozvozových tras šetří čas a peníze, promyšlený sled plodin na poli zajistí stálou, širokou a atraktivní nabídku. Biobedýnka mívá různé varianty. Výhodou pro zákazníky je čerstvé zboží od místních zemědělců ve velmi vysoké kvalitě (Václavík, 2008a).

On-line prodej přes internet

Na internetu nabízí aktuálně biopotraviny 132 specializovaných e-shopů a zobrazují se odkazy na 75 ekofarek (stav k 12. 6. 2016). Nejsou však k dispozici souhrnné informace o prodeji faremní produkce prostřednictvím internetu. Jedná se zejména o nabídky na webových stránkách ve spojení s biobedýnkami či přímým prodejem z farmy.

Zajímavým projektem je server *Nalok.cz*. Jedná se o „virtuální“ místo, kde se zákazníci setkávají se svými lokálními výrobci. Mohou se zde zaregistrovat lokální výrobci, organizátoři farmářských trhů nebo organizátoři bedýnkového družstva. Zákazníci si zde pak dohledají výrobce či produkt, který mohou následně zakoupit prostřednictvím internetového obchodu. K 14. 6. 2016 zde bylo zaregistrováno 1 344 farek z celé ČR. Některé jsou jen krátce představeny z hlediska své produkce, jiné přicházejí s konkrétní nabídkou produktů (Nakupujte lokálně, n. d.).

Obrázek 11: Náhled na *www.nalok.cz*



Zdroj: *Nakupujte lokálně, n. d.*

2.1.13 Export faremní bioprodukce

Více než 50 % produkce z EZ bylo v roce 2014 vyvezeno do zahraničí. Nejvíce prosa (97 %), mrkve (97 %), špaldy (62 %), pohanky (51 %). Téměř polovina produkce byla vyvezena také u brambor a olejnin. Naopak 100% uplatnění na domácím trhu měly luskoviny, hrušky, peckoviny a hrozny a téměř veškerá zelenina s výjimkou mrkve. V oblasti živočišné produkce se nejvíce exportovala telata na zástav (34 %), hovězí maso (22 %), skopové maso (21 %), mléko (14 %; zejména kravské) a vepřové maso (11 %) (Ministerstvo zemědělství, 2015).

2.2 Biopotraviny

Obecně se za biopotravinu považuje buď zemědělský produkt, který byl vyroben bez použití uměle vyrobených chemikálií, hnojiv a pesticidů nebo produkt, který vznikl zpracováním takto vyrobených zemědělských produktů, s maximálním podílem 5 % složek konvenčního původu (Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, 2007).

Příslušný postup produkce je pak certifikován (Zanoli & Naspetti, 2002). Základní standardy stanovila Mezinárodní federace hnutí ekologických zemědělců (IFOAM). Problematika označování a certifikace biopotravin je zkoumána např. z pozice národní politiky a povahy certifikačních autorit (Boström & Klintman, 2006), nebo z hlediska postojů spotřebitelů k jednotlivým značkám a certifikátům (Janssen & Hamm, 2012).

Certifikované biopotraviny jsou identifikovatelné pomocí loga (Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, 2007). Kvalita biopotravin je posuzována z pohledu bezpečnosti a nutriční hodnoty, a to často v komparaci s konvenčními potravinami. Neexistuje dostatek vědeckých studií, které by prokazovaly, že biopotraviny jsou obecně bezpečnější nebo výživnější než konvenčně vyráběné potraviny. Řada dílčích studií však poukazuje na souvislosti mezi aplikací chemických látek a zdravotními riziky. Standardy pro organické potraviny významně omezují používání těchto látek, proto lze očekávat pozitivní dopad na lidské zdraví. Pozitivní je menší výskyt reziduí antibiotik, pesticidů, syntetických hnojiv či hormonálních přípravků (Oates & Cohen, 2009). Další studie poukazují na vyšší obsah sušiny a nutričních látek, konkrétně minerálních látek (např. železa a hořčíku) (Lairon, 2010), látek podporujících zdraví (např. flavonoidů), nebo menší obsah dusičnanů v biopotravinách (Benbrook, Zhao, Yáñez, Davies & Andrews, 2008). Podle platné legislativy nemohou biopotraviny obsahovat GMO. Nově je stanoven technický limit pro náhodný a technicky nevyhnutelný výskyt GMO v bioproduktech (Bioinstitut, 2007). Biopotravinářský průmysl prochází v současné době globální expanzí. Podle aktuálně

publikovaných dat se na globální výrobě biopotravin podílí více než 2 miliony producentů a téměř 62 000 zpracovatelských organizací (Willer & Lernoud (2016a).

2.2.1 Právní úprava označení biopotravin

Biopotravina je produkt vyprodukovaný v souladu s požadavky zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008 (Nařízení Komise (ES) č. 889/2008, 2008).

Označení odkazující na ekologickou produkci

Produkt označený výrazy odkazujícími na ekologickou produkci, zejména označením „*bio*“ či „*eko*“ (jejich odvozeninami nebo zdrobnělinami), musí splňovat požadavky nařízení Rady 834/2007. U takto označených produktů musí být uveden rovněž *číselný kód kontrolního orgánu*, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy.

⇒ *LOGO EU*

Pokud jde o *balené biopotraviny*, je na obalu vždy uvedeno logo Společenství (obrázek 12). Ve stejném zorném poli je pak označeno místo, kde byly vyprodukovány zemědělské suroviny, z nichž se produkt skládá, a to podle situace v následující podobě:

- „*zemědělská produkce EU*“, pokud byla zemědělská surovina vyprodukována v EU,
- „*zemědělská produkce mimo EU*“, pokud byla zemědělská surovina vyprodukována ve třetích zemích,
- „*zemědělská produkce EU/mimo EU*“, pokud byla část zemědělských surovin vyprodukována ve Společenství a část ve třetí zemi.

Uvedený výraz „EU“ nebo „mimo EU“ lze nahradit či doplnit *názvem země* v případě, že v této zemi byly vyprodukovány všechny zemědělské suroviny, z nichž se produkt skládá. Pro účely uvádění výrazu „EU“ a „mimo EU“ lze pominout složky malé hmotnosti za předpokladu, že celkové množství vynechaných složek nepřekročí 2 % celkové hmotnosti surovin zemědělského původu.

Nepovinně lze použít logo EU v případě nebalených ekologických potravin vyprodukovaných ve Společenství nebo jakýchkoliv ekologických potravin dovezených ze třetích zemí.

Obrázek 12: Evropské logo biopotravin



Zdroj: Ministerstvo zemědělství, n. d.

- *Považuje se za vhodné omezit užívání loga EU na produkty, které obsahují výhradně nebo téměř výhradně ekologické složky, aby spotřebitelé nebyli uváděni v omyl, pokud jde o ekologický charakter celého produktu.*
- *Nemělo by proto být povoleno užívat logo při označování produktů z období přechodu nebo zpracovaných potravin, ve kterých je ekologických méně než 95 % složek zemědělského původu.*
- *V seznamu složek je uvedeno, které složky jsou ekologické (Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, 2007).*

⇒ NÁRODNÍ LOGO

Logo EU v žádném případě nebrání současnému užívání vnitrostátních nebo soukromých označení. V případě České republiky se jedná o označení produktu tzv. biozebrou (obrázek 13).

Obrázek 13: České národní logo biopotravin



Zdroj: Ministerstvo zemědělství, n. d.

Biopotraviny vyrobené v České republice musí být označené jak evropským logem, tak i národní značkou (Ministerstvo zemědělství, n. d.).

Poznámka: Aktuálně se vedou diskuze nad transformací národního loga na logo označující biopotraviny českého původu.

2.2.2 Zásady výroby biopotravin

Základní zásady výroby definoval IFOAM takto:

- ⇒ Zpracování bioproduktů a nakládání s nimi musí zajistit spotřebitelům, že obdrží výživný, vysoce kvalitní, ekologicky šetrný produkt.
- ⇒ Zpracované biopotraviny musí být vyrobeny ze surovin v biokvalitě.
- ⇒ Potravina musí být zpracována biologickými, mechanickými nebo fyzikálními metodami takovým způsobem, který zachovává základní kvalitu a vlastnosti každé suroviny i hotového produktu.
- ⇒ Biopotraviny jsou před chorobami a škůdci chráněny díky dobré výrobní praxi, včetně čištění, sanitačních a hygienických opatření bez chemického ošetření či ozařování.
- ⇒ Balení a obaly použité pro biopotraviny musí mít minimální škodlivý dopad na produkt i na životní prostředí.
- ⇒ Biopotraviny jsou bezpečné, vysoce kvalitní a neobsahují rezidua látek používaných k čištění, dezinfekci a sanitárním opatřením ve zpracovatelských závodech (IFOAM, 2014).

Požadavky na složení zpracovaných ekologických potravin:

- Produkt je vyroben zejména ze složek zemědělského původu; pro účely stanovení, zda je produkt vyráběn zejména ze složek zemědělského původu, se nebere v úvahu přidaná voda a jedlá sůl;
- Lze použít pouze potravinářské přídatné látky, činidla, látky určené k aromatizaci, vodu, sůl, látky pro přípravu mikroorganismů a enzymů, minerály, stopové prvky, vitamíny, aminokyseliny a další mikroživiny v potravinách pro zvláštní nutriční použití, pokud byly schváleny pro použití v ekologické produkci;
- Ekologická složka nesmí být přítomna společně se shodnou složkou jiného než ekologického původu nebo složkou z období přechodu;
- Nepoužívají se látky a postupy, které obnovují vlastnosti ztracené během zpracování a skladování ekologických potravin, a které napravují výsledky nedbalosti při zpracování těchto produktů nebo které mohou být jinak zavádějící, co se týče pravé povahy těchto produktů (Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, 2007).

Výrobou biopotravin se rozumí čištění, třídění, upravování, opracování nebo zpracování bioproduktů, popřípadě přidávání dalších látek povolených zákonem a prováděcí vyhláškou, včetně balení a dalších úprav biopotraviny za účelem uvádění do oběhu.

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

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

Naopak jsou *zakázány* operace, které nepatří k přirozeným postupům:

- výměna kationtů a aniontů,
- bělení,
- nakládání s používáním chemikálií,
- působení hormonů,
- hydrogenace,
- uzení s použitím chemikálií,
- zjemňování s použitím chemikálií,
- ozařování a mikrovlnný ohřev (Moudrý & Prugar, 2002).

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

- veškeré zpracování bioproduktů musí probíhat v provozech zcela a zřetelně prostorově nebo časově oddělených od provozů, kde se zpracovávají suroviny vyrobené konvenčními postupy;
- během dopravy bioproduktů musí být učiněna nezbytná opatření, zajišťující ochranu bioproduktů před kontaminací a jejich oddělení od surovin vyráběných konvenčními postupy (Moudrý & Prugar, 2002).

⇒ *BIO a GMO*

Podle nové legislativy je použití GMO v ekologickém zemědělství nadále zakázáno. Nejdůležitější změnou je, že nová legislativa stanovuje technický limit příměsí pro náhodný a technicky nevyhnutelný výskyt GMO v bioproduktech. Tento limit je stejný jako u konvenčního zemědělství (0,9 %) a bude využíván především jako detekční limit laboratorních přístrojů při rozbořech vzorků bioproduktů, krmiv apod. Stanovení limitu může být vnímáno jako pozitivní u některých zemědělců, protože již nemusí mít obavu, že díky stopové, nezaviněné kontaminaci GMO do výše 0,9 % přijdou o svůj biocertifikát (nebude se jednat o porušení pravidel EZ) (Bioinstitut, 2007).

2.2.3 Certifikace biopotravin

U výrobců biopotravin není žádné přechodné období, to se vztahuje pouze na pozemky zařazené do ekologického zemědělství. Aby mohla být certifikována produkce výrobců biopotravin, je nutné splnit následující podmínky:

- výrobce biopotravin musí být registrován na MZe;
- biopotravina může být certifikována pouze, pokud minimálně 95 % surovin pochází z ekologického zemědělství;
- výrobce biopotravin musí být schopen doložit kontrolní organizaci toky biosurovin a biopotravin od vstupu do podniku až po jejich výstup z podniku, zvláště pokud vyrábí také klasické potraviny.

Celý výrobní postup musí být zajištěn účinným a dokumentovaným kontrolním systémem k získání záznamů, které umožní kontrolnímu orgánu ekologického zemědělství sledovat:

- původ, vlastnosti a množství bioproduktů, surovin, přídatných látek a pomocných látek, které byly dodány do výrobní jednotky;
- vlastnosti a množství produktů, které opustily výrobní jednotku;
- všechny informace, které mohou být vyžadovány pro účely důkladné kontroly výrobních operací, jako jsou údaje o původu, vlastnostech a množství přísad a přídatných látek, o výrobních zařízeních, o složení výrobků (Kalinová, n. d.).

2.2.4 Kvalita biopotravin

Od roku 1940 se dramaticky zvýšilo použití chemických látek ve vyspělých zemích a později i v ostatních regionech. Více než 80 000 chemických látek je nyní komerčně dostupných pro použití v zemědělství a průmyslu, mnoho potenciálně toxických látek bylo využíváno za účelem zvýšení produktivity a finančního zisku (Erickson, 2009). Tyto "toxické látky" jsou v přírodě široce rozšířeny, jejich chemická stabilita a dlouhé biologické poločasy mají za následek bioakumulaci a biomagnifikaci v potravinovém řetězci po celém světě. Přítomnost toxických látek v lidském organismu se zvyšuje s věkem a expozicí, což bylo potvrzeno analýzami mateřského mléka a lidských tkání. Bezpočet publikovaných studií svědčí o souvislosti mezi toxickými látkami a zdravotními riziky. Poukazují např. na pozitivní vztah mezi expozicí pesticidům a rozvojem některých druhů rakoviny, nepříznivými účinky na reprodukci, metabolický systém a dopady na duševní zdraví. Tyto výstupy vedly některé spotřebitele ke zvýšenému zájmu o bioprodukty v naději, že omezení spotřeby konvenčně produkovaných potravin bude mít za následek snížení zdravotních rizik (Oates & Cohen, 2009). Evropské průzkumy ukazují, že 70 % občanů EU má "obavy" z reziduí pesticidů v potravinách (Tasiopoulou, Chiodini, Vellere & Visentin (2007).

Kvalita biopotravin je často a dlouho diskutovaným tématem. Jsou sledovány hlavní mikronutrienty (minerální látky, vitamíny a stopové prvky), koncentrace proteinů, obsah mykotoxinů, rezidua pesticidů. Jsou publikovány řady studií srovnávající bio a konvenční potraviny prokazující, že ekologické zemědělské systémy produkují potraviny s vysokými standardy kvality (Lairon, 2010). Při srovnání s konvenčními potravinami jsou často zmiňovány v bioproduktu zakázané GMO. Přestože se výzkumy v posledních desetiletích zintenzivňují, a často potvrzují pozitivnější výsledky u biopotravin, stále jsou závěry mnohých vědeckých studií velmi opatrné.

Z pohledu kvality biopotravin je zmiňována *nutriční hodnota*, *hygienická hodnota*, *technologická kvalita* a *senzorická (smyslová) hodnota* (Moudrý & Prugar, 2001).

NUTRIČNÍ KVALITA

Nutriční kvalitou rozumíme obsah látek příznivě se uplatňujících v lidské výživě, jejich vnitřní skladbu a vzájemné poměry. Při srovnávacích studiích odlišných pěstitelských technologií bývají po stránce nutriční častěji výše hodnoceny produkty z ekologického zemědělství. Biopotraviny bývají i kritizovány, a to zejména kvůli horší stravitelnosti některých živin, např. bílkovin.

TECHNOLOGICKÁ KVALITA

Technologická kvalita zahrnuje vhodnost pro různé formy zpracování v průmyslu i v kuchyni (loupateľnost, výtěžnost, barevnou stálost, vhodnost k vaření, pečení, různým formám konzervace), odolnost při transportu, skladovatelnost aj. Bioprodukty se zpravidla vyznačují lepší skladovatelností. Konvenční produkty se obvykle sklízají v mladší vegetační fázi, díky tomu jejich enzymy vykazují zvýšenou aktivitu, a proto se hůře skladují. Bioprodukty podléhají při skladování méně hnilobným procesům.

SENZORICKÁ KVALITA

Senzorickou kvalitou máme na mysli: neporušenost, velikost, tvar, barvu, odrůdovou čistotu, vůni, chuť atd. U senzorické hodnoty hraje důležitou roli obchodní jakostní klasifikace pro jednotlivé druhy produktů. Hmotnost, velikost, tvar, barva a vnější vzhledová bezchybnost jsou pro jednotlivé třídy předepsány normou a rozhodují o cenových relacích. Pro konvenční produkty je snazší dosáhnout lepšího vzhledu díky různým chemickým prostředkům. Absence průmyslových hnojiv a syntetických přípravků na ochranu rostlin může (ale nemusí) vést k určitým vzhledovým nedostatkům. Díky tomu bioprodukty nesplňují vždy kritéria pro zařazení do nejvyšších jakostních tříd.

HYGIENICKÁ KVALITA

U biopotravin je možno výraznější kladné hodnocení očekávat především v případě hygienické jakosti, vyjadřující zejména stupeň kontaminace produktů cizorodými a ostatními škodlivými látkami. Zdravotní hlediska jsou hlavní motivací zájmu spotřebitelů o biopotravinu. Produkty z ekologického zemědělství jsou méně zatíženy např. toxickými kovy, rezidui pesticidů, mykotoxiny a dusičnany (Moudrý & Prugar, 2001).

2.2.5 Vybrané studie o kvalitě biopotravin

A *AFFSA, Francie* (Agence française de sécurité sanitaire des aliments; Francouzský úřad pro bezpečnost potravin)

Nutritional quality and safety of organic food (Denis Lairon)

Studie hodnotí nutriční a hygienickou kvalitu biopotravin.

Hlavní závěry:

- Organické rostlinné produkty obsahují více sušiny a minerálů (Fe, Mg) a obsahují více antioxidantních stopových prvků, například fenolů a kyseliny salicylové.
- Organické živočišné produkty obsahují více polynenasycených mastných kyselin.

- Údaje o úrovni sacharidů, bílkovin a vitaminů jsou nedostatečně zdokumentovány.
- 94-100 % biopotravin neobsahuje žádná rezidua pesticidů.
- Organické zelenina obsahuje mnohem méně dusičnanů (o 50 % méně).
- Organické cereálie obsahují celkově podobné hladiny mykotoxinů jako konvenční.

Organické zemědělské systémy produkují potraviny s vysokým standardem kvality (Lairon, 2010).

B ICROFS, Dánsko



Organic Food Quality and Human Health (ICROFS fact sheet-Results from research in organic food systems)

(ICROFS - The International Centre for Research in Organic Food Systems; původně dánské výzkumné centrum DARCOF)

Hlavním cílem mezinárodního centra ICROFS je koordinovat a monitorovat mezinárodní výzkum v oblasti organických potravin a zemědělských systémů.


Hlavní závěry:

- Organické rostlinné produkty obsahují *vyšší koncentrace látek podporujících zdraví*, tzv. sekundárních metabolitů (např. flavonoidů), než konvenční produkty. Důvodem je nižší úroveň dusíkatých hnojiv v ekologickém zemědělství.
- *Méně dusičnanů* v organických potravinách. Četné studie prokázaly, že organická zelenina obsahuje výrazně méně dusičnanů než nastavené konvenční protějšky. Dusičnany se mění v lidském těle na dusitany a nitrosaminy, které mohou vést k onemocnění ve střevním systému člověka.
- Výzkum ukazuje, že je u biopléka zvýšený obsah *omega-3 mastných kyselin, fytoestrogenů a přírodního vitamínu E*. Tyto sloučeniny mají potenciální blahodárné účinky na stav imunitního systému, prevenci rakoviny a nižší riziko srdečně-cévních onemocnění.
- Organické rostlinné produkty obsahují *výrazně menší množství pesticidů*, ve vzorcích ovoce a zeleniny byla jen zřídka zjištěna rezidua pesticidů.
- *Organické rostlinné výrobky jsou stejně bezpečné jako konvenční produkty s ohledem na mykotoxiny*. Mykotoxiny jsou toxické metabolity produkované houbami a otravy z mykotoxinů jsou známé již od počátku zemědělství. Bylo široce diskutováno, zda

- organické potraviny a krmiva nejsou více kontaminovány mykotoxiny než potraviny konvenční a geneticky modifikované, u kterých se používají pesticidy.
- Cílený výzkum ukázal, že neexistuje v současné době žádný zvýšený výskyt houbových toxinů v organických obilovinách, při dodržení standardních osvědčených postupů při sklizni a skladování.
 - *Organické maso je bezpečné.* Ekologické zemědělství se snaží reintegrovat dobytek zpět do krajiny. Zvířata musí mít přístup na otevřená prostranství s travními porosty. Venkovní systémy jsou často spojeny s nižší spotřebou antibiotik a nižší úmrtností.
 - Uvolnění salmonel při porážce je nižší ve srovnání s konvenčními chovy (výzkumy zaměřené na prasata a brojlerů) (Organic food quality, 2009).

C ORGANIC FOOD CENTER, USA

(Nezisková organizace založená v roce 2002 se sídlem ve Washingtonu. Je důvěryhodným zdrojem informací pro vědecký výzkum v oblasti biopotravin a ekologického zemědělství.)

 *New Evidence Confirms the Nutritional Superiority of Plant-Based Organic Foods*
(Charles Benbrook, Xin Zhao, Jaime Yáñez, Neal Davies and Preston Andrews)

Autoři identifikovali všechny recenzované studie publikované ve vědecké literatuře od roku 1980, které se dotýkaly porovnání hladin živin v organických a konvenčních potravinách. Z 97 publikovaných studií bylo vybráno 236 vědecky podložených "spárovaných dvojic" (měření, která obsahují organický a konvenční vzorek dané potraviny).

Byla porovnávána úroveň 11 živin (4 antioxidanty, 3 prekurzory klíčových vitamínů A, C a E, 2 minerály draslík a fosfor, dusičnany (vyšší hladiny jsou nutriční nevýhodou) a celková bílkovina).

Hlavní závěry:


- Organické potraviny v rámci těchto spárovaných dvojic byly nutričně nadřazené ve 145, tj. 61 % případech, zatímco konvenční potraviny byly jako „výživnější“ hodnoceny u 87, tj. 37 % analyzovaných dvojic. Rozdíl nevykazovaly pouze 2 % porovnaných párů.
- Rozsah rozdílů v obsahu živin silně favorizoval organické vzorky. U jedné čtvrtiny porovnaných párů, ve kterých organický vzorek obsahoval vyšší koncentrace živin, došlo k překročení hladiny v konvenčním vzorku o 31 a více %. Pouze 6 % porovnaných párů, ve kterých konvenční vzorek byl bohatší na živiny, vykazovalo překročení úrovně v ekologických vzorcích o 31 a více %.


→ Ve všech 236 spárovaných dvojicích (při sledování 11 živin) nutriční prémie z biopotravin dosáhly v průměru 25 %.

Rozdíly dokumentované v této studii jsou dostatečně konzistentní a umožňují tak formulovat jednoznačnou odpověď na původní otázku: *Ano, organické potraviny rostlinného původu jsou průměrně výživnější.*

V průběhu několika příštích let bude pravděpodobně dokončeno a zveřejněno 20-30 dalších studií. Organic Center bude zařazovat na základě výsledků těchto studií do srovnávací databáze další živiny (Benbrook et al., 2008).

D UNIVERZITY NEW CASTLE, Spojené království

 *Higher PUFA and omega-3 PUFA, CLA, a-tocopherol and iron, but lower iodine and selenium concentrations in organic bovine milk: A systematic literature review and meta- and redundancy analysis (Carlo Leifert et al.)*

 *Composition differences between organic and conventional meat; a systematic literature review and meta-analysis (Carlo Leifert et al.)*

Dvě studie zaměřené na porovnání konvenční a bio produkce mléka a masa publikované v prestižním British Journal of Nutrition potvrdily kvalitativní rozdíly mezi bio a konvenční produkcí. Studie prokázaly rozdíly zejména ve složení mastných kyselin, v koncentracích základních minerálních látek a antioxidantů ve prospěch bioprodukce a dále výrazně větší obsah jódu v konvenčním mléce.



Mezinárodní tým v čele s profesorem Carlo Leifertem z Univerzity v New Castle analyzoval data z celého světa, konkrétně se jednalo o srovnání 196 publikací zaměřených na mléko a 67 publikací zabývajících se hodnocením masa. Z výsledků systematické studie, která je největší svého druhu na světě, vychází najevo jasné rozdíly mezi masem a mlékem původem z konvenční a ekologické produkce.

Hlavní závěry:

- Biomléko i biomaso obsahovaly o cca 50 % více prospěšných omega-3 mastných kyselin než konvenční produkce.
- Ekologicky vyprodukované maso obsahovalo nižší koncentrace dvou nasycených mastných kyselin (myristové a palmitové), které jsou spojené s vyšším rizikem kardiovaskulárních chorob.

- Biomléko obsahuje o 40 % více konjugované kyseliny linolové (CLA).
- Konzumace biomléka a biomasa může zvýšit příjem prospěšných nenasycených mastných kyselin, které nejsou v západoevropském jídelníčku dostatečně zastoupeny.
- Biomléko obsahuje lehce vyšší koncentrace železa, vitamínu E a některých karotenoidů.
- Konvenčně produkované mléko obsahovalo o 74 % více jódu a ještě více selenu.

Sůl fortifikovaná jódem se běžně využívá ve výživě dobytka ke zvýšení jeho obsahu v mléce, a to v konvenční i ekologické produkci. Zjištěný vyšší obsah jódu v konvenčním mléce (o 74 % více jódu než biomléko), je důležitou informací zejména pro spotřebitele v zemích, kde se jodizovaná stolní sůl nepoužívá (např. Spojené království). V USA, Brazílii, Číně a v mnoha evropských zemích (včetně České republiky) se sůl jódem běžně fortifikuje, zvýšená hladina jódu v mléce pak může při vyšší konzumaci mléčných produktů zvýšit riziko jeho nadměrného příjmu.

-  Studie ukázala, že žádoucí složky tuku obsažené v biomléce souvisí s venkovní pastvou a nízkým obsahem koncentrovaných krmiv ve výživě dojnic, tak jak ukládají standardy ekologické produkce.
-  Studie zahrnuje také výsledky z několika kohortních studií, které potvrzují, že u matek a dětí konzumujících biomléko, mléčné biopotraviny a biozeleninu byl zaznamenán snížený výskyt některých onemocnění, jakými jsou například ekzémy a vrozené vady u dětí a preeklampsie u matek (British Journal of Nutrition, n. d.).

Výzkumy se budou do budoucna dále ubírat 3 hlavními směry:

1. sledování rozdílů ve složení ekologicky a konvenčně vyráběných potravin (živiny a jiné nutričně příslušné látky);
2. hodnocení zdravotních účinků biopotravin;
3. posuzování vlivu organických a "low input" výrobních metod na kvalitu a bezpečnost potravin a lidské zdraví (Baranski et al., 2014).

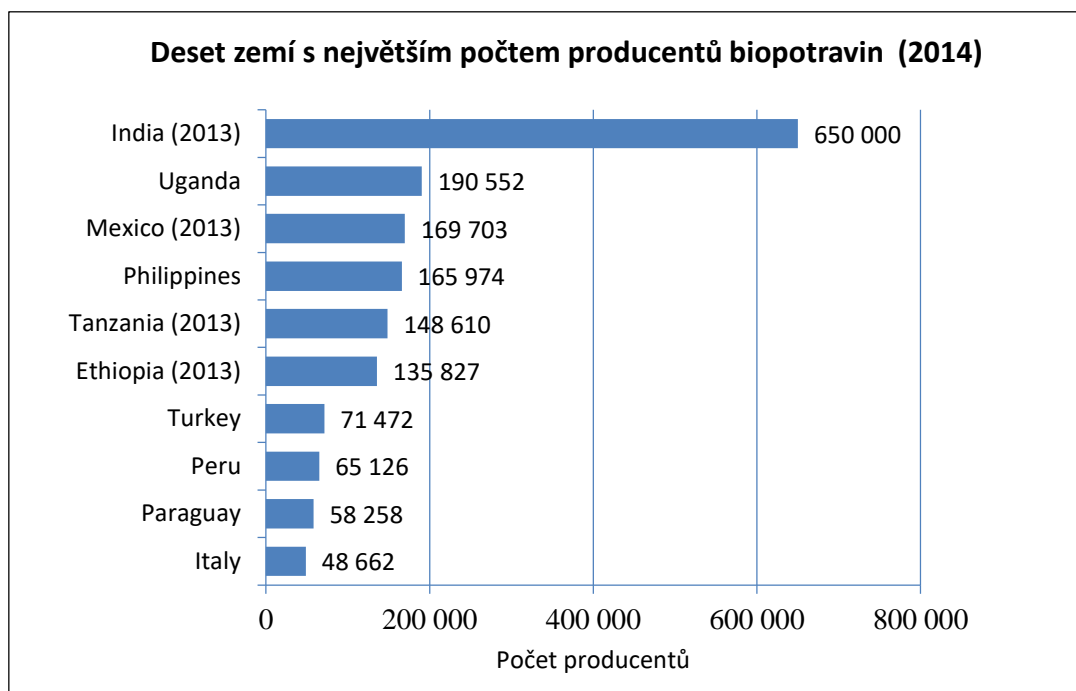
2.2.6 Výroba biopotravin: svět

→ *PRODUCENTI*

Celkově se výrobou biopotravin ve světě zabývají dva miliony producentů (rok 2013). Jejich počet vzrostl meziročně o 5 %. Stejně jako v minulých letech, zeměmi s nejvyšším

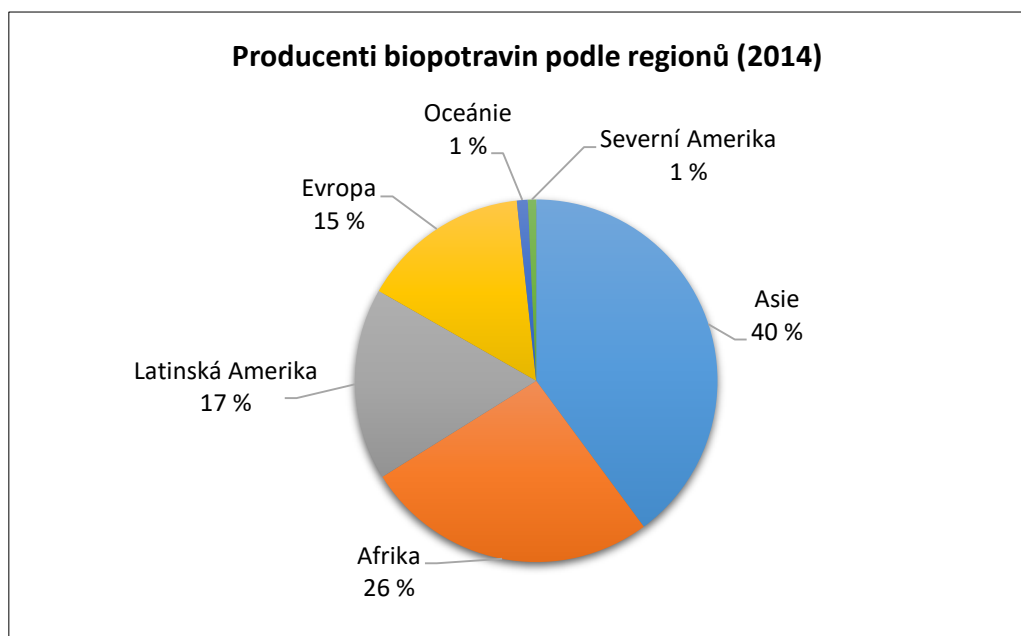
počtem výrobců byly Indie (650 000), Uganda (189 610) a Mexiko (169 703) (IFOAM, 2015; IFOAM 2016).

Obrázek 14: TOP 10 států s největší produkcí biopotravin (2014)



Zdroj: Willer & Lernoud, 2016a (vlastní zpracování)

Obrázek 15: producenti biopotravin podle regionů (2014)



Zdroj: Willer & Lernoud, 2016a (vlastní zpracování)

→ ZPRACOVATELÉ

Vlastním zpracováním bioprodukce se zabývalo 61 977 subjektů (2014). V Evropě se jednalo o 50 774, Severní Americe 21 056 (USA 19 474 a Kanada 1 582), Asii 5 976, Jižní

Americe 1 278, Oceánii 1 027 a Africe 607 zpracovatelů. U zpracovatelských subjektů je velmi zajímavé tempo růstu, celkově se jedná o 20,9% nárůst oproti roku 2013 (Key data, n. d.; USDA, n. d.).

Poznámka: Podrobná data za USA nemá IFOAM v oblasti produkce k dispozici. The U.S. Department of Agriculture (USDA) uvádí za rok 2014 celkový počet 19 474 producentů a zpracovatelů v USA (USDA, n. d.).

Největší zastoupení provozovatelů zpracovatelských kapacit připadá na evropské země. Podrobněji bude situace představena v navazující kapitole. V mimoevropských regionech největší počty zpracovatelů vykazují USA (19 474), Čína (2 707), Japonsko (1 805) a Kanada (1 582) (Key data, n. d.).

2.2.7 Výroba biopotravin: Evropa/EU

→ PRODUCENTI

Jak již bylo uvedeno, Evropa se podílí 15 % na celkovém počtu bioproducentů na světě (absolutně 339 824 subjektů). Největší počty uvádí za rok 2014 Turecko (71 472), následuje Itálie (48 662), Španělsko (30 602) a Francie (26 456). Celkově připadá 76 % počtu producentů na země EU (absolutně 257 525 producentů), z toho na „staré“ země (EU 15) 57,5 %, na „nové země 18,5 %.

→ ZPRACOVATELÉ

Celkově bylo v Evropě v roce 2014 evidováno 51 495 zpracovatelských subjektů, z toho v EU 49 968. Na „staré“ země EU (EU 15) připadalo více než 94 %, v absolutním počtu 47 636 subjektů. „Nové“ země pak vykazaly 2 332 (cca 6 %) zpracovatelů. Největší počty v EU má Itálie (12 641), Francie (11 198) a SRN (9 497) subjektů. Meziročně došlo v celé Evropě k nárůstu o 18,6 %, v EU o 19 %, a v případě „nových“ zemí byl nárůst 11,8 % (Key data, n. d.).

2.2.8 Výroba biopotravin: ČR

• POČET VÝROBCŮ

Ke konci roku 2014 bylo v ČR registrováno 506 výrobců biopotravin, resp. 537 výrobních provozoven, což oproti roku 2013 představuje navýšení o 7,4 %. V průběhu roku 2014 se nově registrovalo 72 subjektů, a 37 naopak svoji činnost ukončilo. Odhaduje se zároveň, že 34 % výrobců ve skutečnosti svou činnost neprovozovalo (z důvodu běžícího přechodného období nebo ukončení činnosti pro nedostatek zakázek).

- *PROVOZOVANÉ ČINNOSTI*

K nejčastěji provozovaným činnostem patřilo stejně jako v roce 2013 zpracování masa a masných výrobků, zpracování a konzervování ovoce a zeleniny, a výroba mléčných výrobků. V kategorii zpracování masa a masných výrobků došlo k nárůstu počtu subjektů o 23,8 % a v kategorii mléčných výrobků pak o 7,1 %. K výraznějšímu snížení došlo u výroby pekařských a cukrářských výrobků. V rámci výroby ostatních potravinářských výrobků dominuje kategorie zpracování čaje a kávy, která každoročně mírně narůstá.

Konstantní zůstává relativně vysoký počet výrobců biovína (84).

- *KATEGORIE PRODUKCE PODLE VÝŠE OBRATU*

Z pohledu obratu dosáhla v roce 2014 největšího objemu opět kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ (32 %; a to zejména podkategorie „Káva a čaj“), následovaná kategoriemi „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ (17 %) a „Mléko a mléčné výrobky“ (14 %).

- *OBRAT VÝROBCŮ*

Celkový obrat výrobců biopotravin dosáhl v roce 2014 2,2 mld. Kč, tj. 26,9% nárůst oproti obratu roku 2013 (1,735 mld.). V tomto obratu je však zahrnut i celkový obrat „mix“ subjektů, které kromě vlastní výroby biopotravin distribuují i výrobky jiných dodavatelů.

Poznámka: Meziroční nárůst je ovlivněn metodickým zpřesněním (byli zahrnuti všichni výrobci biopotravin a to včetně těch, kteří se nezaměřují na konečné spotřebitele).

→ *Struktura výrobců podle velikosti obratu*

Z pohledu struktury výrobců podle velikosti obratu za biopotraviny je patrná dominance několika hlavních výrobců biopotravin. Zhruba dvě třetiny výrobců (68 %) uvedlo, že za biopotraviny utržili méně než 2 mil. Kč a jejich podíl na celkovém obratu dosáhl pouhých 4,8 %. Naopak 18 firem s největším obratem za biopotraviny (nad 20 mil. Kč) realizuje téměř tři čtvrtiny celkové výroby biopotravin v ČR.

Nejčastější kategorií výrobců byly podniky, u kterých prodej biopotravin představuje jejich veškerý/téměř veškerý obrat za prodej potravin (90-100 %). Jednalo se zejména o faremní zpracovatele. Ačkoli tato kategorie představovala 42 % výrobců biopotravin, její podíl dosahoval cca 27 % na celkovém obratu výroby v ČR.

Největšího podílu na celkovém obratu výrobců (40 %) dosahovaly firmy, u nichž se prodej biopotravin podílí na jejich celkovém obratu mezi 75 až 90 %. Druhý nejvyšší podíl (22 %) má již od roku 2010 kategorie mezi 1 až 10 %.

TOP 10 výrobců biopotravin v ČR:

1. COUNTRY LIFE, s.r.o. (obilniny, těstoviny, pečivo), 2. PRO-BIO, obchodní společnost s r.o. (obilniny, těstoviny, polotovary, mlýnské výrobky), 3. Lifefood Czech Republic, s.r.o. (suchary, sušené ovoce, ořechy), 4. Olma, a.s. (mléko a mléčné výrobky), 5. POLABSKÉ MLÉKARNY, a.s. (mléko a mléčné výrobky), 6. Biopark, s.r.o. (hovězí maso, kuřecí maso, masné výrobky), 7. Ing. Marek Štěrbal (ovoce a zelenina), 8. Yes Fresh, s.r.o. (ovoce a zelenina, mlýnské a škrobárenské výrobky, ostatní), 9. HOLLANDIA Karlovy Vary, a.s. (mléko a mléčné výrobky), 10. Sonnentor, s.r.o. (čaje, koření) (Šejnohová et al., 2016).

- *VÝVOZ PRODUKCE*

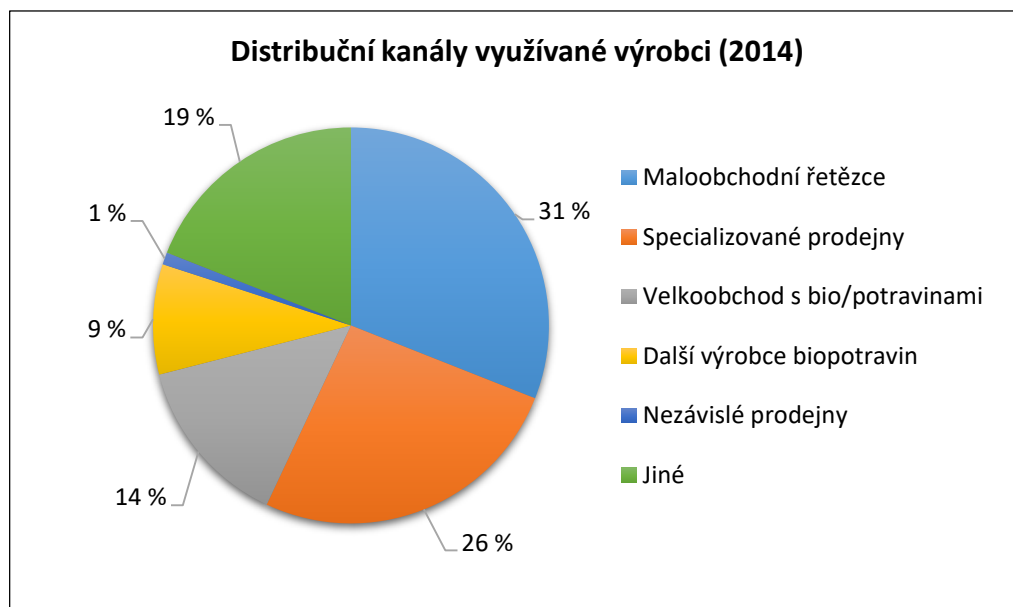
Čeští výrobci vyvezli do zahraničí biopotraviny za přibližně 906 mil. Kč (cca 40,9 % ročního obrátu). Vývoz biopotravin z ČR trvale roste a směřuje převážně do zemí EU, přičemž největší objem biopotravin (304 mil. Kč) byl vyvezen do ostatních zemí EU nesousedících s ČR, dále pak do Rakouska (232 mil. Kč) a Německa (228 mil. Kč). Přitom však většina výrobců biopotravin (77 %) uplatnila své výrobky výhradně či převážně na českém trhu.

Mezi největší exportéry patřily, stejně jako v předchozích dvou letech, firmy RACIO, s.r.o., Sonnentor, s.r.o. a Lifefood Czech Republic, s.r.o. (Ministerstvo zemědělství, 2015).

- *UPLATNĚNÍ NA ČESKÉM TRHU*

Biopotraviny byly výrobci prodávány na českém trhu nejčastěji prostřednictvím maloobchodních řetězců (31 %), dále obchodů zdravé výživy (26 %) a také velkoobchodů (14 %). Meziročně mírně klesl z 20 % na 19 % podíl ostatních distribučních cest zahrnujících přímý prodej, prodej přes lékárny či drogerie a gastronomii.

Obrázek 16: Podíl hlavních distribučních kanálů využívaných výrobci biopotravin (2014)



Zdroj: Šejnohová et al., 2016

- **FAREMNÍ ZPRACOVÁNÍ PRODUKCE**

Z oficiálních údajů REP (12/2014) vyplývá, že z celkového počtu 506 registrovaných výrobců biopotravin bylo 201 současně registrováno i v kategorii ekozemědělec, a provádělo zpracování bioproduktů v místě jejich produkce. Jinými slovy téměř ze 40 % jsou výrobci biopotravin faremní zpracovatelé a jejich podíl narůstá (z 20 % v roce 2008 až na 39 % v roce 2014). Avšak z pohledu registrovaných ekozemědělců zůstává rozsah zpracování vlastních výrobků přímo na farmě stále na nízké úrovni a stagnuje okolo 5 %. Z toho část faremních zpracovatelů svoji činnost ve skutečnosti vůbec neprovozuje, a to zejména z důvodu běžícího až dvouletého přechodného období po registraci a také nezájmu spotřebitelů o zamýšlené biopotraviny (případně jen příležitostná výroba malého množství v sezóně). Zpracování na farmách v ČR se rozvíjí jen velmi pomalu a přetrvává obezřetnost zemědělců ohledně budování vlastních zpracovatelských zařízení a realizace přímého prodeje z farmy. Hlavními bariérami jsou jak legislativní náročnost pro zavedení zpracování a prodeje přímo na farmě, tak zejména nejistota, zda bude poptávka po bioprodukcí dostatečná.

Faremní zpracovatelé se zaměřují výhradně na český trh a bioprodukce je, kromě prodejů přímo z farmy, nabízena zejména ve specializovaných prodejnách či na trzích (a to jak v regionu výrobce, tak ve větších městech). Distribuci zajišťují sami výrobci, a dále se na ní podílí někteří regionální distributoři a velkoobchody. K nejčastěji vyráběným bioproduktům (podle mezinárodní klasifikace činností NACE) patří nápoje (nejvíce víno z vinných hroznů). Významné zůstává nadále zpracování mléka, ovoce a zeleniny, a zpracování masa

(převažuje zpracování masa z velkých hospodářských zvířat ve faremních jatkách a bourárnách) (Ministerstvo zemědělství, 2015).

2.3 Trh biopotravin

Jak již bylo zmíněno, systém ekologického zemědělství doposud postrádá potřebnou tržní výkonnost, specifický charakter produkce tohoto systému není dostatečně tržně využit a k tržnímu uplatnění často dochází prostřednictvím konvenčních zpracovatelů a distribučních kanálů. Jelikož lze očekávat, že globální produkce biopotravin dále poroste, je zapotřebí se této problematice dále věnovat.

Vědecké práce a výzkumy se zabývají budováním distribučních kanálů, dodavatelsko-odběratelskými vztahy, a také chováním a postoji spotřebitelů.

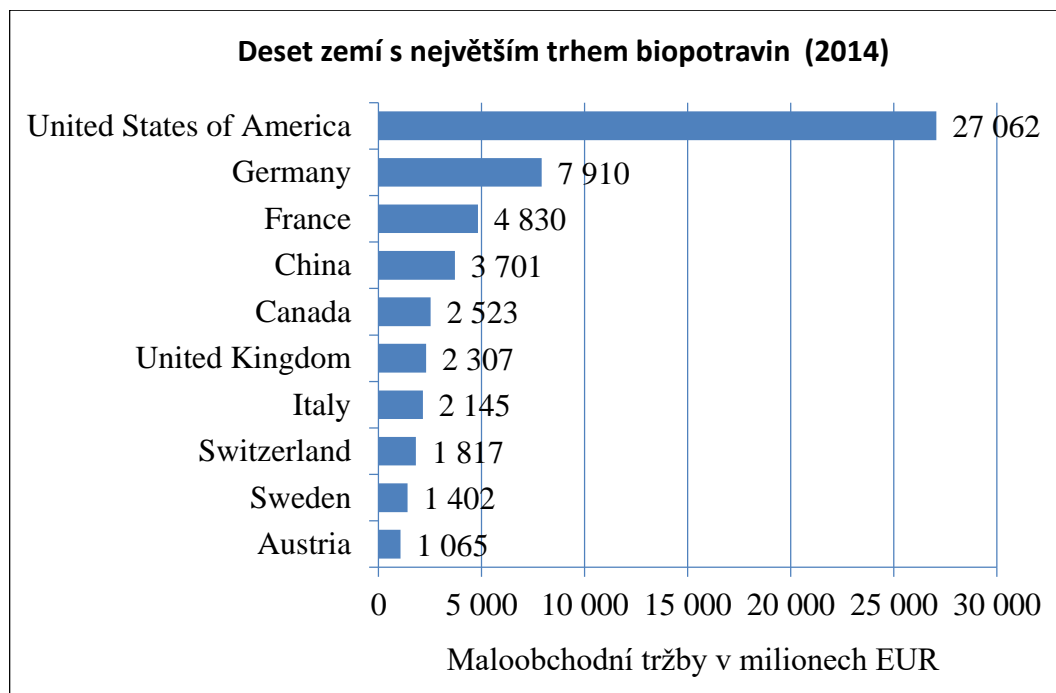
Latacz-Lohmann a Foster (1997) porovnávají tržní prostředí vybraných vyspělých zemí s ohledem na aktuálně (částečně nevhodně) využívané distribuční kanály. Michelsen (1996) kritizuje striktní oddělení distribučních kanálů pro biopotraviny od konvenčních kanálů s ohledem na pozitivní vliv zařazení biopotravin do konvenční maloobchodní sítě na objem jejich prodeje. Murdoch a Miele (1999) se zabývali efektivitou distribučních kanálů včetně porovnání lokální distribuce a využití rozsáhlejších distribučních sítí. Pozornost je rovněž věnována potenciálu a limitům lokálních distribučních sítí (Sage, 2003) a také využitelnosti tzv. alternativních potravinových sítí (např. Follet, 2009). Marsden, Banks a Bristow (2000) se zabývají problematikou krátkých dodavatelských řetězců a zkoumají jejich význam pro venkovský rozvoj.

Hlubší spolupráce v rámci dodavatelského řetězce biopotravin je spíše vzácná (Kottila & Rönni, 2008), přestože potenciál existuje. V řadě případů je sice identifikována vysoká úroveň spolupráce ve sdílení informací, není však využit potenciál pro snížení logistických a přepravních nákladů (Stolze et al., 2007).

2.3.1 Trh biopotravin: svět

Pozitivní trend z minulosti pokračuje: roste poptávka spotřebitelů po biopotravinách, což se odráží ve výrazném růstu tohoto (zatím stále výklenkového) trhu. Průzkum realizovaný firmou Organic Monitor odhaduje, že globální trh s bioprodukty v roce 2014 dosáhl 60 mld. EUR. Nejlepších výsledků dosáhl trh v USA (27,1 mld. EUR), následuje Německo (7,9 mld. EUR) a Francie (4,8 mld. EUR). Na čtvrté pozici se umístila Čína (3,7 mld. EUR), do TOP 10 se ještě řadí Kanada, Spojené království, Itálie, Švédsko, Švýcarsko a Rakousko. Tržby přibližuje obrázek 17. Nebývalý růst zažil v roce 2014 švédský organický trh, prodej se zde zvýšil o více než 40 %, což je pozoruhodné pro již etablovaný organický trh.

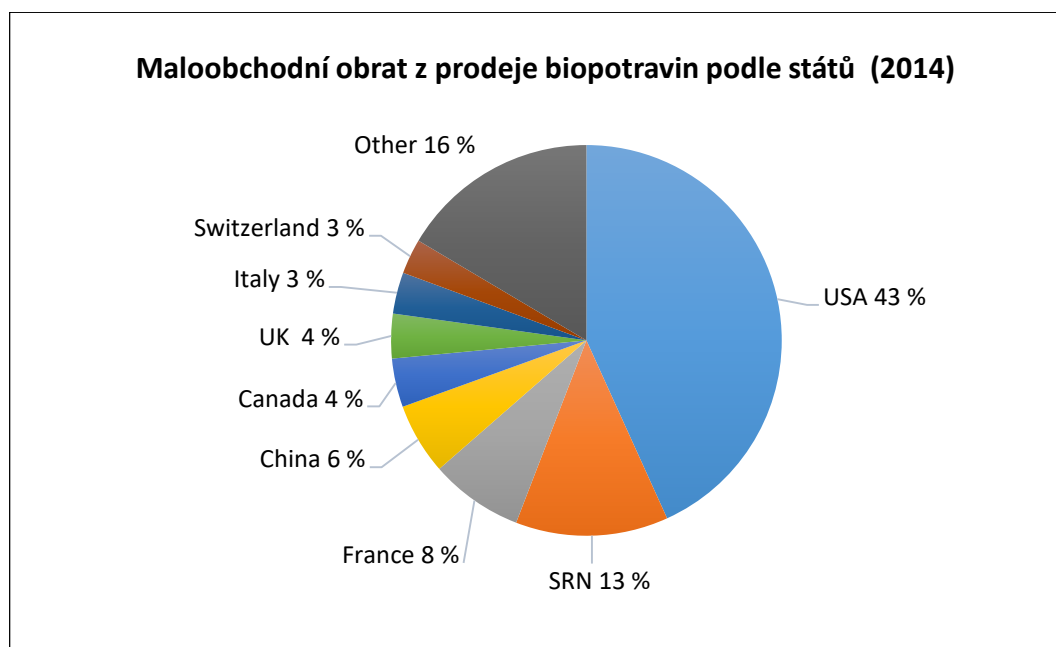
Obrázek 17: Země s největším trhem biopotravin (2014)



Zdroj: Willer & Lernoud, 2016a (vlastní zpracování)

Obrat s organickými výrobky se zvýšil od roku 1999 více než pětinasobně. Přes 90 % celkového obratu připadá na Severní Ameriku (43 %) a Evropu (EU 38 %).

Obrázek 18: Podíl států na maloobchodním obratu z prodeje biopotravin (2014)



Zdroj: Willer & Lernoud, 2016a (vlastní zpracování)

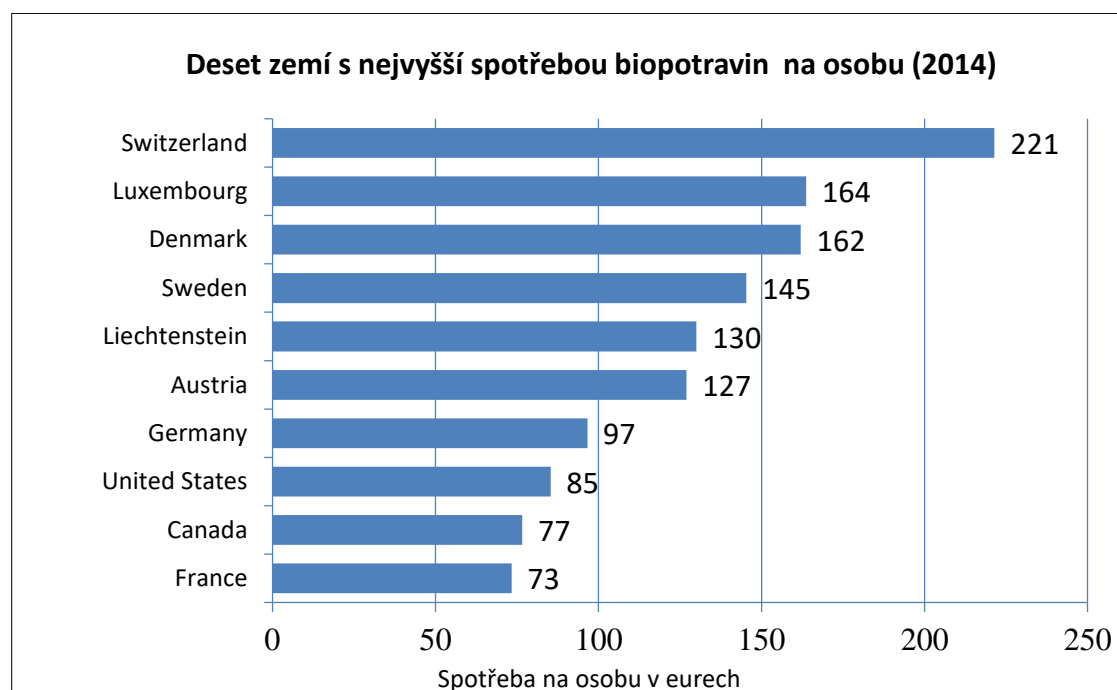
"Staré" versus "nové" trhy

Před několika lety se zdálo, že klasické "staré" trhy pro organické produkty (severoamerický a evropský) dosáhly nasycení, a zároveň růst v rámci ostatních "nových" trhů zůstane globálně nevýznamný. Situace nyní vypadá zcela odlišně. V roce 2014 "staré trhy" ukázaly, že zde není žádný „strop“ pro růst organické produkce, a své možnosti ukázaly také tzv. trhy „nové“.

USA a EU si dobře uvědomují význam rozvoje „nových“ trhů. V roce 2014 nastoupila nová strategie v rámci „organických“ obchodních jednání. Evropská komise postupně mění jednostranné dohody na dvoustranné za účelem proniknutí na tyto nové trhy. Pro USA je nyní druhým největším exportním trhem pro bioprodukty (po Kanadě) Mexiko s 33% podílem na exportu biopotravin (pro srovnání: pouze 8% prodej do EU).

Výdaje na jednoho obyvatele byly nejvyšší ve Švýcarsku (221 EUR) a Lucembursku (164 EUR). Podíly biopotravin na celkovém trhu s potravinami byly nejvyšší v Evropě a ve Spojených státech (5-6 %) (Willer & Arbenz, 2016).

Obrázek 19: Země s největší spotřebou biopotravin (2014)



Zdroj: Willer & Lernoud, 2016a (vlastní zpracování)

2.3.2 Trh biopotravin: Evropa/EU

V roce 2014 vzrostl evropský biotrh přibližně o 6 % na hodnotu více než 24 mld. EUR. Konkrétně spotřebitelé v Evropské unii vynaložili na biopotraviny 22,2 mld. EUR. Některé země, jako Švýcarsko, Švédsko a Norsko, vykazovaly dvouciferná tempa růstu. Obyvatelé EU utratili za biopotraviny v průměru 44 EUR v roce 2013. Výdaje na jednoho obyvatele

byly nejvyšší ve Švýcarsku (210 EUR) a Dánsku (163 EUR). V roce 2014 se pořadí mírně pozměnilo: nejvyšší roční spotřeba biopotravin na obyvatele byla ve Švýcarsku (221 EUR) a v Lucembursku (164 EUR) (Willer & Lernoud, 2015b). Dánsko, Švýcarsko a Rakousko mají nejvyšší podíl organických potravin na maloobchodním prodeji.

Pro země severní Evropy jsou obecně typické vysoce rozvinuté ekologické trhy. Švédsko v roce 2014 vykázalo 30% růst. Dánsko, země s nejvyšším organickým podílem na trhu, vykazuje stejně ambiciózní cíle. Tamní vláda plánuje mít 60 % organických složek ve veřejném stravování a zdvojnásobit organické tržby v příštích pěti letech (Willer & Lernoud, 2016c).

2.3.3 Trh biopotravin: ČR

A TRH BIOPOTRAVIN (obecná charakteristika)

⇒ *Celkový obrat s biopotravinami českých subjektů včetně vývozu dosáhl v roce 2014 přibližně 3,2 mld. Kč.*

→ Z toho celková spotřeba biopotravin (včetně dovozu) v ČR činila 2,02 mld. Kč (nárůst o 3,9 % v porovnání s rokem 2013), a vývoz biopotravin vzrostl na cca 1,17 mld. Kč (z toho reexport činil 222 mil. Kč, tj. 19 % objemu vývozu).

⇒ *Průměrná roční spotřeba na obyvatele zůstala pod hranicí 200 Kč a podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů byl na úrovni 0,72 %.*

⇒ *Prodej biopotravin: obrat biopotravin v maloobchodě dosáhl 1 757 mil. Kč, ve veřejném stravování meziročně vzrostl na 59 mil. Kč, a 205 mil. Kč dosáhl obrat přímého prodeje (jde zejména o přímý prodej z ekofarem).*

Nejvíce biopotravin nakoupili čeští spotřebitelé v maloobchodních řetězcích, v supermarketech a hypermarketech bylo prodáno 40,9 % biopotravin (za 825 mil. Kč). V prodejnách biopotravin a zdravé výživy bylo prodáno 24,8 % (za 500 mil. Kč) a přes drogistické řetězce 16,5 % (za 334 mil. Kč) biopotravin. Podíl přímého prodeje jak ze dvora, tak i od výrobců a distributorů zaznamenal opět nárůst a činil cca 10 % (oproti 9 % v roce 2013 a 5,9 % v roce 2012). Více než 3 % biopotravin se prodalo v lékárnách. Trvale dochází ke zvýšení uplatnění biopotravin prostřednictvím gastronomických zařízení a provozoven veřejného stravování (2,9 %). Na nejnižší úrovni uplatnění bioprodukce zůstává prodej prostřednictvím nezávislých prodejen potravin (1,7 %).

⇒ *Hlavní kategorií biopotravin s největším objemem prodeje je dlouhodobě kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ (33% podíl, přičemž polovinu tohoto obrátu tvořily hotové pokrmy včetně dětských výživ a ostatní zpracované biopotraviny jinde neuvedené), následovaly kategorie „Mléko a mléčné výrobky“ (22 %) a „Ovoce a zelenina“ (14 %, včetně ovocných a zeleninových nápojů).*

⇒ *Biopotraviny z dovozu (při zahrnutí jen finálních biopotravin) se na maloobchodním obrátu v roce 2014 podílely 43 % (46 % v roce 2013). Po zahrnutí objemu dovozu, který byl realizován distributory, jež jsou současně registrováni jako výrobci, vzroste podíl biopotravin z dovozu na 49 % maloobchodního obrátu. Pokud by byl započítán navíc i objem dovozu bioproduktů či biopotravin, které jsou na území ČR dále zpracovávány, podíl dovozu by ještě vzrostl (Šejnohová et al., 2016).*

B DISTRIBUCE BIOPOTRAVIN

Významnou skupinou působící na trhu s biopotravinami jsou distributoři, neboli subjekty uvádějící biopotraviny nebo bioprodukty do oběhu (včetně vývozu a dovozu) bez jakéhokoli dalšího zpracování (Šejnohová, Wollmuthová, Peterková & Hrabalová, 2015b). Cílem distribuce je doručit zákazníkovi produkt ve správném čase, na správné místo, ve správném množství a v kvalitě, jakou požaduje (Jakubíková, 2008). Správná distribuce je pro podnikání v oblasti ekologického zemědělství a výroby biopotravin velice důležitá.

Oblast distribuce se v posledních letech vyvíjí dynamičtěji, než výroba biopotravin.

⇒ *Počet distributorů*

Na konci roku 2014 bylo v ČR registrováno celkem 351 distributorů biopotravin, resp. 381 provozoven, což představuje meziroční nárůst o 15 %. Jedná se však již druhým rokem o zpomalení růstu, v roce 2012 byl meziroční nárůst 32 %.

Navíc na trhu působí velký počet subjektů zabývajících se maloobchodním prodejem (obchodní řetězce, obchody zdravé výživy aj.), které nemají od roku 2006 povinnost se registrovat. Odhadem se jedná téměř o 3 000 maloobchodních prodejen potravin. V současné době jsou biopotraviny nabízeny všemi nadnárodními maloobchodními řetězci, částečně českými družstevními prodejny působícími pod COOP, nezávislými prodejními sítěmi (např. Brněnka, Hruška) a prodejny (cca 200 prodejen) a několika sty prodejny zdravé výživy a biopotravin (cca 300 prodejen). Boom zažívají farmářské obchody, které nabízejí regionální produkty včetně biopotravin, jako např. Náš grunt (27 poboček), Sklizeno (19 poboček), My food (5 poboček) nebo Dobrej špajz (2 pobočky). Dalším

významným místem prodeje biopotravin se staly prodejny drogistického zboží. Zvláště pak drogistický řetězec *dm drogerie*, který měl v roce 2014 ze sledovaných maloobchodních řetězců zařazen v sortimentu nejvyšší počet biopotravin (739 položek-především dětská a kojenecká výživa).

⇒ *Obrat distributorů*

Celkový obrat registrovaných distributorů v roce 2014 dosáhl ve velkoobchodních cenách 697,5 mil. Kč (453 mil. Kč v roce 2013). V tomto obratu však není zahrnut objem distribuce tzv. „mix“ subjektů (odhadem cca 118 mil. Kč).

Poznámka: Tzv. „mix“ subjekty představují společnosti realizující jak distribuci biopotravin jiných dodavatelů, tak souběžně výrobu vlastních výrobků a jejich celkový obrat je započítán mezi obrat výrobců. Patří sem např. dva největší velkoobchody biopotravin v ČR: COUNTRY LIFE s.r.o. a PRO-BIO, obchodní společnost s r.o.

⇒ *Domácí trh a export*

Největším odbytištěm pro distributory je český trh. Většina distributorů uplatňuje svůj sortiment na českém trhu, minimálně 75 % sortimentu prodalo na českém trhu 60 % distributorů. Celkem na českém trhu skončilo 62,5 % objemu distribuovaných biopotravin v celkovém objemu 436 mil. Kč (v roce 2013 šlo o 70 % a 319 mil. Kč). Export biopotravin směřuje v největším objemu do Německa (43 %) a dále do Polska a Rakouska (Šejnohová et al., 2015b; Šejnohová et al., 2016).

⇒ *Odbytová (prodejní) místa*

Na prodeji biopotravin na českém trhu se nejvíce podíleli maloobchodní řetězce (31 %), výrobci biopotravin (13 %) a specializované prodejny (10 %) (Šejnohová et al., 2016).

⇒ *Specializace distributorů*

Z pohledu významu obchodování s biopotravinami je z údajů patrné, že se distribucí zabývají jak specialisté, tj. obchodníci s více jak 75% podílem biopotravin na jejich obratu (15 % subjektů), tak zejména obchodníci, kteří mají biopotravinu pouze jako doplňkové zboží ve své nabídce (66 % subjektů uvedlo, že prodej biopotravin u nich tvoří méně než 10 % jejich celkového obratu). Podíl společností, které nabízejí biopotravinu jen jako doplňkový sortiment zahrnující pouze několik vybraných biopoložek, meziročně vzrostl.

Poznámka: U 80,2 % distributorů obrat za biopotravinu nepřekročil hranici 5 mil. Kč. Při srovnání výše obratu dominovala jednoznačně kategorie podniků s obratem nad 100 mil.

Kč, kdy pouhé 2 firmy realizovaly více než 34 % z celkového finančního objemu distribuce biopotravin v ČR (v roce 2013 to byla jedna firma v této kategorii s 39% podílem).

⇒ *Distribuční společnosti*

K největším distributorům z pohledu obratu za prodej biopotravin patřila v roce 2014 opět společnost Hipp Czech s.r.o., následovaná společnostmi SOLEX AGRO, s.r.o., MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o., Družstvo ČESKÉ BIOMLÉKO, bio nebio s.r.o. a BIOOBCHOD.CZ s.r.o. Pokud je uvažován prodej pouze na českém trhu (bez obratu exportovaného zboží), pak mezi největší distributory v roce 2014 patřily všechny výše uvedené společnosti s výjimkou společností Družstvo ČESKÉ BIOMLÉKO a BIOOBCHOD.CZ s.r.o., které se orientují zejména na zahraniční trhy. Do kategorie významných distributorů patří samozřejmě také společnosti PRO-BIO, obchodní společnost s r.o. a COUNTRY LIFE s.r.o., jejichž obrat je však již zahrnut v obratu výrobců biopotravin. Podobně by sem patřily i centrály maloobchodních řetězců, příp. společnost dm drogerie markt s.r.o., které zásobují své prodejny. Obrat těchto společností je již zahrnut v obratu jejich dodavatelů (tj. výrobců a distributorů).

⇒ *Kategorie distribuovaných biopotravin*

Mezi hlavní distribuované kategorie patří trvale „Ostatní zpracované potraviny“, jejichž podíl v roce 2014 opět mírně poklesl na 45 % celkového obratu distributorů (47% podíl v roce 2013). Přičemž 46 % této kategorie tvoří prodej hotových pokrmů (včetně dětských výživ), a to díky dominantnímu postavení společnosti Hipp Czech s.r.o. Na druhém místě se umístila stejně jako v minulých letech „Ovoce a zelenina“ (16% podíl), následovaná kategorií „Mléko a mléčné výrobky“ (15% podíl). Za nárůstem podílu této kategorie stojí zahrnutí obratů odbytových organizací zajišťujících odbyt mléka k dalšímu výrobcu. Podíl kategorie „Mlýnské a škrobárenské výrobky“ zůstal stejný jako v minulém roce, kdy činil téměř 9 % z celkového obratu distributorů.

⇒ *Distribuční cesty a kategorie biopotravin*

Z detailní analýzy distribučních cest dále vyplývá, že velmi oblíbenou cestou je forma *přímého prodeje*, který byl v roce 2014 využit k prodeji všech kategorií potravin (s výjimkou kategorie oleje a tuky). Prostřednictvím *maloobchodních prodejen* byla prodána více než polovina distribuovaného objemu ovoce a zeleniny, dvě pětiny výrobků spadajících do kategorie mlýnské a škrobárenské výrobky a třetina výrobků spadajících do kategorie ostatní zpracované potraviny. Nejrozmanitější je uplatnění pekařských a cukrářských výrobků, které jsou v podobném objemu (okolo 10 %) distribuovány přes velkoobchody,

další výrobce potravin, formou přímého prodeje i prostřednictvím specializovaných prodejen, 19 % pak připadá na maloobchod a 26 % na gastronomii. Prostřednictvím *drogerií* jsou distribuovány potraviny z kategorie ostatní zpracované potraviny, které se na trhu uplatňují také prostřednictvím lékáren. Jedná se zejména o hotové výrobky typu dětských výživ (Šejnohová et al., 2016).

C DOVOZ BIOPOTRAVIN

⇒ *Objem dovozu*

Distributoři dovezli v roce 2014 biopotraviny za zhruba 379 mil. Kč, což činilo 54 % jejich celkového obratu prodeje (335 mil. Kč a 74 % v roce 2013, 342 mil. Kč a 88 % v roce 2012). Z tohoto dovezeného objemu bylo 66 % biopotravin uplatněno na českém trhu, zboží za zbylých 128 mil. Kč bylo dále reexportováno.

V tomto objemu však není zahrnut dovoz biopotravin samotnými maloobchodními řetězci, kdy objem jejich dovozu činil dalších zhruba 421 mil. Kč (pokles oproti 484 mil. Kč v roce 2013).

Opět byl sledován údaj o objemu dovozu také u subjektů registrovaných jako výrobce a současně distributor. Tito tzv. „mix“ distributoři dovezli v roce 2014 biopotraviny za 176 mil. Kč (tj. 26 % jejich celkového obratu), přičemž 47 % zboží zůstalo na českém trhu.

⇒ *Dovážené výrobky*

Do ČR mířily tradičně zejména hotové výrobky ze západní a jižní Evropy, nejčastěji Německa, Rakouska a Itálie.

Na dovozu biopotravin se nejvíce podílela kategorie „Ostatní zpracované potraviny“. V rámci ní šlo o téměř 100% dovoz dětských výživ v biokvalitě (tvořily více než třetinu celkové hodnoty dovozu biopotravin do ČR), 80-90% dovoz u koření, kávy a čajů, cukru a medu, a zhruba 70% dovoz u čokolády, kakaa a cukrovinek.

Mimo suroviny, které nejsou v ČR běžně produkovány, se však dováží např. luskoviny, olejniny, oleje (zpravidla vždy z dovozu), mlýnské výrobky (odhadem až 20 % obratu) i pekařské výrobky a těstoviny (odhadem až 50 % obratu). Ze zahraničí k nám přichází podstatná část bioovoce a biozeleniny (v ČR jsou pouze baleny do spotřebitelského balení, df. 90 % prodaného objemu ovoce a zeleniny v biokvalitě pochází z dovozu). Významný dovoz (odhadem až 70 % obratu) přetrvává také u nápojů (především ovocné či zeleninové džusy a nealkoholické ochucené vody) (Ministerstvo zemědělství, 2016; Šejnohová et al., 2016).

⇒ *Importující organizace*

Mezi největší importéry patřily v roce 2014 stejné firmy jako v minulých letech, jen v poněkud v jiném pořadí: Hipp Czech s.r.o., HEALTH LINK s.r.o., Štěrbá Marek, bio nebio s.r.o., PRO-BIO, obchodní společnost s r.o. a SOLEX AGRO, s.r.o. Na dovozech se značně podílí i samotní maloobchodníci. Více než polovinu svého sortimentu biopotravin dováží Lidl (značka „Biotrend“), dm drogerie (výrobky značky Alnatura) a Marks and Spencer. Naopak nižší než 15% podíl biopotravin z dovozu na svém biosortimentu uvádí Kaufland a Billa. U ostatních maloobchodních řetězců se podíl dovozu pohybuje v rozmezí mezi 20 až 50 %.

⇒ *Dovoz ze třetích zemí*

Objem dovozu biopotravin do České republiky ze třetích zemí každoročně narůstá. Skokový nárůst dovozů v roce 2013 (téměř devítinásobné navýšení oproti roku 2012) byl zapříčiněn novými dovozy pšenice a řepky z Moldávie (celkem 12 tis. t), které se v předchozích letech nedovážely. V roce 2014 bylo do ČR dovezeno cca 25 tis. t biopotravin z 31 států mimo EU, což představuje v porovnání s rokem 2013 (23,7 tis. t z 24 států) nárůst o 5,7 %.

Mezi třetí země, odkud jsou dováženy biopotraviny každoročně od roku 2006, patří Čína, Egypt, Japonsko, Jihoafrická republika, Kanada a Peru. ČR dováží bioprodukt také např. z Turecka, Ukrajiny, USA, Srí Lanky, Austrálie, Iránu, Moldávie, Švýcarska a Indie. V roce 2014 se uskutečnily nově dovozy z Kolumbie a Thajska, dále byl obnoven dovoz zboží z Argentiny, Spojených arabských emirátů a Chile (Šejnohová et al., 2016).

Je nutné do budoucna omezit dovoz komodit, které je možné v ČR vyprodukovat. Jedna se zejména o pečivo, ovoce a zeleninu zpracovávanou na džemy, za účelem sušení, do nápojů nebo do dětských vyživ. Dále je žádoucí podpořit domácí produkci luskovin na zrno, olejnin a oleje, v sektoru masa zejména produkci vepřového a drůbežního masa a masné výrobky (Ministerstvo zemědělství, 2016).

2.3.4 Marketing biopotravin

MARKETING

Jde o proces zaměřený na uspokojování potřeb zákazníka. Marketing je činnost, soubor institucí a procesů pro vytváření, komunikování, dodávání a výměnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a společnost jako celek. Jinými slovy: marketing je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi

uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace (American Marketing Association, n. d.).

Klíčovým nástrojem marketingu je *marketingový mix*.

✓ *Marketingový mix 4 P:*

Tato koncepce představuje a konkretizuje všechny kroky, které organizace dělá, aby vzbudila poptávku po produktu. Tyto kroky se rozdělují do čtyř proměnných:

- a. *Product* (Výrobek): Uspokojuje potřeby zákazníka. Označuje nejen samotný výrobek nebo službu (tzv. jádro produktu), ale také sortiment, kvalitu, design, obal, image výrobce, značku, záruky, služby a další faktory.
- b. *Price* (Cena): Hodnota výrobku pro zákazníka. Hodnota vyjádřená v penězích, za kterou se produkt prodává. Zahrnuje i slevy, termíny a podmínky placení, náhrady nebo možnosti úvěru.
- c. *Place* (Distribuce): Přemístění výrobku od výrobce k zákazníkovi. Kde a jak bude produkt prodáván, včetně distribučních cest, dostupnosti distribuční sítě, prodejního sortimentu, zásobování a dopravy.
- d. *Promotion* (Propagace): Podpora obchodu a prodeje, analýza možností a způsobů, jak zajistit efektivní informovanost o produktech a službách na trhu způsobem, který po nich vyvolá poptávku (od přímého prodeje přes public relations, reklamu a podporu prodeje).

✓ *Marketingový mix 5 P*

Tradiční pojetí 4 P je v tomto konceptu pouze rozšířeno o jeden prvek – PEOPLE.

✓ *Marketingový mix 4 C*

Tzv. zákaznický marketingový mix sestavil v návaznosti na větší zájem o zákazníka Robert Lauterborn. Vzájemně koresponduje s 4 P a to následně: *Product - Consumer desire*, *Price - Cost*, *Place - Convenience*, *Promotion - Communication*.

✓ Dalšími alternativami jsou *Koncept 3 V*, *Koncept 4 S*, *Koncept 4 A*, nebo také *Koncept totálního marketingového mixu* (PRO-BIO, 2012).

 **MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE** (obecné atributy)

Cílem komunikace je něco oznámit, zprostředkovat, podělit se o určité informace, myšlenky, postoje a názory.

Marketingovou komunikaci lze definovat jako každou formu komunikace, kterou používá organizace k informování, přesvědčování nebo ovlivňování dnešních nebo také budoucích potenciálních zákazníků (Hesková, 2001).

Marketingovou komunikaci lze také charakterizovat jako souhrnný komunikační program společnosti, který tvoří jednotlivé složky nebo jejich kombinace. Výše uvedená komunikace je sestavena z jednotlivých nástrojů – *komunikačního mixu*.

Do komunikačního mixu patří:



Reklama

Reklama patří k nejstarším a nejrozšířenějším nástrojům ovlivňujícím nákupní rozhodování. Podle zákona č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy je reklama definována jako přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží, služeb nebo myšlenek prostřednictvím komunikačních médií.

Reklama sama o sobě nedokáže prodávat, ale jejím cílem je dávat podněty potenciálnímu zákazníkovi, aby o produkt začal projevovat zájem nebo byl přesvědčován o správnosti svého nákupu.



Podpora prodeje

Pod pojmem podpora prodeje se rozumí soubor marketingových aktivit, které přímo podporují nákupní chování spotřebitele a zvyšují efektivnost obchodních mezičlánků.

Výhodou podpory prodeje ve srovnání s jinými nástroji komunikačního mixu jsou rychlejší, bezprostřednější a intenzivnější reakce zákazníka. Negativem je, že podpora prodeje nevede vždy k posílení spotřebitelské věrnosti (Hesková, 2001).

Jsou využívány přímé a nepřímé formy podpory prodeje. Přímé formy jsou takové, kdy okamžitě po splnění určitého úkolu, např. dosažení požadovaného množství nákupu, obdrží zákazník odměnu. Je tedy oceněn bezprostředně po splnění podmínek. Naopak u nepřímé formy zákazník nejprve sbírá „doklady“ o nákupu zboží, což bývají nejčastěji určité razítka na kartu, ale také třeba části obalů, a teprve při předložení určeného množství těchto „dokladů“ vzniká nárok na odměnu (Foret, 2003).



Osobní prodej

Osobní prodej je velice efektivním nástrojem marketingové komunikace, především v situaci, kdy chceme měnit preference, stereotypy a zvyklosti spotřebitelů. K přednostem osobního prodeje patří právě efektivnější komunikace mezi partnery. Prodávající se může lépe a bezprostředněji seznámit s reakcemi zákazníků a velice účinně na ně reagovat (Foret, 2003).

Public relations (PR)

Základem PR jsou vztahy a také komunikace s veřejností. Public relations je záměrné, plánované a dlouhodobé úsilí o vzájemné pochopení a soulad mezi společnostmi a veřejností (Hesková, 2001).

Hlavním cílem je vybudovat a v dlouhodobějším horizontu udržet příznivou image společnosti, prezentovat souhrnnou podnikovou identitu, která stmeluje firmu uvnitř a jejíž naplňování v každodenní činnosti zároveň dodává firmě na důvěryhodnosti u různých skupin veřejnosti (Foret, 2003).

Přímý marketing

Přímý marketing vychází z co nejpřesnější segmentace trhu. V současné době představuje velmi dynamicky se rozvíjející a perspektivní podobu marketingové komunikace. Přímý marketing představuje interaktivní komunikační systém využívající jeden nebo více komunikačních nástrojů k efektivní reakci v libovolné lokalitě a v jakémkoli místě. Zákazník už nemusí chodit na trh, ale naopak nabídka přijde za ním.

Do tohoto typu marketingu se řadí jak direct mail, telemarketing, nákupy prostřednictvím počítačů, tak třeba také katalogový prodej, televizní, rozhlasový či tiskový marketing s přímou odezvou.

Mezi výhody direct marketingu patří např. zacílení na jasně vymezený segment, názornost předvedení produktu, možnost kontrolovatelné, měřitelné reakce na nabídku nebo operativnost realizované komunikace (Foret, 2003).

MARKETING BIOPOTRAVIN

Specifická doporučení pro marketing biopotravin:

- a. *Vyprávějte biopříběhy.* Nejčastější chybou českých výrobců i maloobchodníků je přílišná produktová orientace. Firmy vyrobí bioprodukt, nejčastěji biovariantu stávajícího výrobku, a snaží se jej prodat zákazníkům. Namísto toho lze doporučit orientaci na prožitky zákazníka, tedy zapojení spotřebitele do vytváření výrobku a nabídku zážitků, nikoli produktů. Zákazníci by měli mít o biopotravinách co nejcelistvější obraz. Výčet faktorů, díky kterým se stávají vědomými spotřebiteli biopotravin, je široký. Patří k nim bezpečnost biopotravin, lepší/přirozenější chuť, péče o zdraví (vlastní i svých blízkých), ochrana životního prostředí a péče o zvířata. Existuje mnoho způsobů, jak můžete „vyprávět biopříběhy“.

- b. Používejte *jednoduchá sdělení na obalech*, abyste vyzdvihli klady výrobků. Pokud k tomu není prostor, můžete zvýraznit webové adresy, kde spotřebitelé najdou o daných výrobcích detailní informace.
- c. *Uvádějte původ výrobků* na obalech, doprovodných letáčích nebo na internetu. Po lepší chuti a zdravotních důvodech je jedním z nejdůležitějších podnětů rostoucích prodejů biopotravin fakt, že spotřebitel chce vědět, odkud potraviny pocházejí.
- d. *Využívejte sdělovací prostředky*. Nabízejte reklamní dárky v novinách a spotřebitelských časopisech nebo ceny do soutěží.
- e. *Pořádejte akce*, na které pozvete své zákazníky, aby „ochutnali rozdíl“ a osobně se přesvědčili, v čem je ekologické zemědělství či výroba biopotravin jiná. *Přesvědčte zákazníky o lepší chuti*, která je stále silnějším stimulem při získávání spotřebitelů.
- f. *Mířte do černého*. Pokud jste omezeni časem nebo penězi, komunikaci přesně zacilte na správné spotřebitele. Jsou to především mladí lidé a čerstvé maminky, žijící ve větších městech.
- g. *Zdůrazněte zdravotní hledisko*. Svá sdělení podložte vědeckými zprávami, kterých přibývá. Zejména pro vzdělané, mladé rodiče je argument podpořený vědeckým výzkumem zásadním stimulem pro potvrzení správného rozhodnutí.
- h. *Zacházejte s cenami chytře*. Zkušenosti naznačují, že značné snížení cen biopotravin může krátkodobě zvýšit prodej, ale nepomůže udržet spolehlivou základnu zákazníků v okamžiku, kdy se ceny vrátí na svou obvyklou výši. Lepším způsobem využití slev jsou množstevně výhodná balení.
- i. *Podpořte módu*. Roste skupina lidí, kteří biopotraviny kupují, protože jde o módní trend, ale příliš se nezajímají o jejich klady. Abyste zájem této skupiny udrželi, musí mít biopotraviny stále auru popularity a žádanosti. Velmi přínosné může být zapojit do propagace bioznaček vhodně zvolenou známou osobnost, která má vliv na věkovou skupinu 16-34 let.

Biopotraviny jsou informačně náročnou kategorií. Je nutné zákazníkům vysvětlit, proč biovýrobek stojí více, přestože na první pohled vypadá jako výrobek běžný. Pokud zákazník neporozumí rozdílu, nebude ochoten biopotraviny kupovat. Vzdělávacích nástrojů je mnoho, od informací na obalech přes letáky, webové stránky či osobní komunikaci až po tiskovou inzerci. Nejlepší je ovšem doporučení od důvěryhodné osoby - *word of mouth*.

Lze doporučit integrované umístění biopotravin v příslušných skupinách zboží s viditelným označením. Umístění biopotravin v blocích či samostatných regálech je smysluplné jen

dočasně, aby se spotřebitelům sortiment představil. Nejlepším způsobem podpory prodeje biopotravin ovšem zůstává ochutnávka kombinovaná s cenovým zvýhodněním. Biopotraviny je nutné nabízet aktivně, proto je potřeba vzdělávat zaměstnance jak ve vedení společnosti, tak přímo v provozu. Argumentační schopnosti personálu je například vhodné zvyšovat pravidelným školením a vzděláváním. Vedení by také mělo akceptovat, že výrobci biopotravin zpravidla mají vyšší náklady, a netlačit dodavatele do nesmyslných slev. Čeští výrobci a maloobchodníci se tyto zásady teprve učí a zatím je využívají spíše výjimečně (Václavík, 2008b).

PŘÍKLADY AKTIVIT NA PODPORU PRODEJE BIOPOTRAVIN

⇒ Česká biopotravina roku

Soutěž Česká biopotravina vyhlašuje PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, partnerem soutěže je Nürnberg Messe GmbH v zastoupení společnosti PROveletrhy, s.r.o. Soutěž je pořádána pod záštitou ministra zemědělství a ředitele Státní zemědělské a potravinářské inspekce. Vítěz soutěže má právo užívat pro vítězný výrobek označení Česká biopotravina. Soutěž probíhá ve čtyřech kategoriích: Biopotraviny živočišného původu, Biopotraviny rostlinného původu, Biovýrobky pro gastronomii, pochutiny a ostatní potravinářské výrobky a Biovíno. Hlavní váhu při posuzování mají chuťová a vizuální kritéria, hodnotí se ale i podíl tuzemských surovin, celkový nápad či inovativní přístup. Kontrolu správného značení zajišťuje kontrolní a certifikační organizace KEZ o.p.s.

13. ročníku soutěže Česká biopotravina 2015 se zúčastnilo celkem 81 výrobků. Porotci hodnotili pestrou škálu biopotravin: od chleba, přes mléčné výrobky až po ovocné šťávy a sirupy. Nejpočetněji obsazenou kategorií bylo biovíno s 33 vzorky. Objevily se i potraviny na českém trhu ojedinělé, např. biohermelín, raw zmrzlina, ghí-přepuštěné máslo nebo patentované levandulové víno.

Přehled oceněných výrobků:

- ✓ celkový vítěz a zároveň vítěz kategorie Biopotraviny rostlinného původu: *Bio rajčata ve vlastní šťávě (Výrobce: Horňácká farma s.r.o.);*
- ✓ vítěz kategorie Biopotraviny živočišného původu: *BIO Dršťková polévka (Výrobce: Josef Sklenář, Biofarma Sasov);*
- ✓ vítěz kategorie Biovýrobky pro gastronomii, pochutiny a ostatní potravinářské výrobky: *Bio medvědí pesto (Výrobce: Horňácká farma s.r.o.);*

- ✓ vítěz kategorie Biovíno: *Frankovka slámové víno, ročník 2012* (Výrobce: Ing. Petr Marcinčák) (Česká biopotravina roku, n. d.).

⇒ *Září-měsíc biopotravin*

Ministerstvo zemědělství pravidelně vyhlašuje září Měsícem biopotravin a ekologického zemědělství (v roce 2016 již podvanácté). Touto tradiční kampaní chce veřejnosti představit místní biofarmy a výrobce bioproduktů. Zájemci mohou celé září (i v říjnu) navštěvovat řadu akcí přímo na ekofarmách, u výrobců biopotravin nebo využít speciálních nabídek v prodejnách biopotravin (Září měsíc biopotravin, 2016).

⇒ *Bioslavnosti*

- *PRO-BIO, obchodní společnost s r.o.*

PRO - BIO je významným českým výrobcem a dodavatelem biopotravin. V červenci 2016 proběhl již 11. ročník BIOSLAVNOSTÍ ve Starém Městě pod Sněžníkem. Tradiční festival dobrého jídla, pití a zábavy pro celou rodinu nesl toto motto: „Chléb & víno“ (PRO-BIO a Bioslavnosti, n. d.).

- *COUNTRY LIFE, s.r.o.*

COUNTRY LIFE jedna z prvních společností, která uvedla v ČR biopotraviny na trh. Bioprodukty pěstuje, zpracovává i prodává. V Nenačovicích u Berouna funguje od roku 2003 ekologické centrum COUNTRY LIFE. Jeho součástí je ekofarma, velkoobchod, biopekárna, balírna a sídlo společnosti. COUNTRY LIFE zde každoročně pořádá v září biodožínky. Program je spojený s přednáškami, ochutnávkami, prodejem biopotravin i kulturními akcemi. V roce 2016 proběhl již 13. ročník biodožínek (Biodožínky 2016, 2016).

Zmíněny byly jen dva příklady bioslavností, pořádány jsou však v menším měřítku i další obdobné akce.

→ *Farmářské slavnosti pro rodiny s dětmi*

Farmářské slavnosti pořádá MZe od roku 2011 a snahou je podpořit české zemědělství, představit lidem jinou možnost nákupu čerstvých a kvalitních potravin a přiblížit jim rodinné hospodářství a život na venkově.

⇒ *Poznej svého farmáře*

V roce 2014 odstartoval zcela nový projekt MZe „Poznej svého farmáře“ zaměřený na propagaci malých farem, zdravého životního stylu a kvalitních regionálních potravin. Akce „Den otevřených vrátek“ proběhla na pěti vybraných farmách, z toho se ve třech případech jednalo o ekologické podniky. Společně s hostitelskou farmou se vždy představili i další lokální producenti či zemědělci s vlastní nabídkou svých produktů (Poznej svého farmáře, n. d.).

⇒ *Webový portál www.biospotrebitel.cz*. Tyto stránky provozuje občanské sdružení PRO-BIO LIGA, které je samostatnou spotřebitelskou pobočkou největšího českého spolku ekologických zemědělců Svazu ekologických zemědělců PRO-BIO Šumperk. Sdružuje spotřebitele biopotravin a přátele ekologického zemědělství.

K akcím pro odbornou veřejnost patří např. *Biostyl, Biosummit nebo Bioakademie*.

⇒ *Biostyl*

Mezinárodní veletrh zdravé výživy, zdravého životního stylu a ekologických produktů BIOSTYL – ECOWORLD představuje největší kontrakční a prodejní tuzemský veletrh biopotravin a biokosmetiky. Nabízí možnost prezentace jak výrobcům a prodejcům, tak nevládním organizacím se zaměřením na ekologické zemědělství a zdravý životní styl. Probíhá pravidelně na Výstavišti v Praze-Holešovicích (od roku 2006) a účastní se jej několik desítek vystavovatelů (Biostyl-Ecoworld, n. d.).

⇒ *Biosummit*

Biosummit je prestižní konferencí EZ, na které se setkávají všichni aktéři ekologického zemědělství a prodeje biopotravin z ČR i ze zahraničí. Cílem konference je propojit klíčové osobnosti z řad politiků, zemědělských zájmových i profesních organizací, obchodníků, zemědělců, vědeckých pracovníků, zástupců médií i veřejnosti. *Hlavní témata:* Středoevropská spolupráce v ekologickém zemědělství - Dokážeme využít potenciálu, který nabízí ekologické zemědělství pro ochranu půdy, vody a utváření krajiny - Může ekologické zemědělství vyprodukovat dostatek potravin - Jaká je jeho role a nabídka při řešení současných problémů evropského zemědělství (Biosummit 2016, 2016).

⇒ *Bioakademie*

Mezinárodní konference ekologického zemědělství v Lednici je tradičně určena zemědělcům, zpracovatelům a prodejcům biopotravin a její program se skládá z plenárního zasedání, odborných seminářů a exkurzí na vybrané ekofarmy. Čtrnáctý ročník Bioakademie

byl zaměřen zejména na nové podmínky v Programu rozvoje venkova a budoucnost EZ; odborný blok se zaměřil na nepovolené látky v ekologické produkci a rizika kontaminace. Hlavním organizátorem je PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců (Bioakademie, n. d.).

⇒ *Bartákův hrnec*

Tradiční vyhlášení „Nejlepšího ekologického zemědělce roku“ proběhlo v roce 2016 již po čtyřicetileté. Cenou je putovní keramický hrnec naplněný dvěma tisíci nově ražených desetikorun. Ocenění je vyhlašováno od roku 1992 a organizátorem akce je Nadační fond Bartákův hrnec. V roce 2016 bylo toto ocenění předáno jihočeské společnosti Bemagro, a.s., která provozuje největší biodynamické hospodářství v České republice (Bartákův hrnec, 2016).

MARKETING A SPOLEČNÝ ODBYT

Společné činnosti zemědělců hrají v historii evropského zemědělství a venkova důležitou roli. Během 20. století byla spolupráce zemědělců v mnoha zemích dnešní EU podnětem k založení zemědělských odbytových družstev. Výsledkem byl lepší přístup na trh, zvýšení příjmů zemědělských hospodářství a nárůst zaměstnanosti na venkově. Sdružení zemědělců výrazně přispěla i k šíření trvale udržitelných výrobních metod a praktik.

Současné globalizační tendence ve spojení s koncentrací produkčních a zpracovatelských kapacit vytvářejí prostředí, ve kterém roste ekonomický tlak na jednotlivé zemědělce i celé venkovské regiony. Obecně platí, že v tomto prostředí má samotný zemědělec (konvenční i ekologický) pouze minimální šanci na vyjednání z rovnocenné pozice o podmínkách spolupráce s ostatními obchodními partnery. Kolektivní iniciativy zemědělců (COFAMI) mají potenciál tuto nevýhodnou pozici zlepšit, a tak pozitivně ovlivnit příjmy a zaměstnanost ve venkovských lokalitách (Společný marketing biopotravin, n. d.).

Projekt COFAMI

Na pozadí probíhající reformy společné zemědělské politiky EU (SZP) byl realizován výzkumný projekt „Encouraging collective farmers marketing initiatives“ (COFAMI) s cílem identifikovat sociální, ekonomické, kulturní a politické faktory, které omezují/umožňují vznik a vývoj kolektivních marketingových aktivit. Projekt byl financován v rámci 6. rámcového programu EU pro výzkum. Výzkumná činnost zahrnovala posouzení pozitivních a negativních účinků stávajících politických opatření a podpor a určila, jaká je nejvhodnější úroveň formulování a provádění politiky na podporu COFAMI (na evropské, národní, regionální a místní úrovni). Obecněji řečeno, cílem projektu bylo

příspěť k rozvoji evropského výzkumného prostoru v oboru hromadných marketingových přístupů, a zdůraznit jejich úlohu při podpoře udržitelného rozvoje venkova a bezpečné a kvalitní produkce potravin.

Projekt COFAMI sleduje iniciativy, které zemědělci realizují ke společnému prodeji svých výrobků či komodit v rámci hledání nových přístupů k měnícím se tržním podmínkám. Konkrétně se tento projekt snaží identifikovat sociální, ekonomické, kulturní a politické faktory, které rozvoj těchto iniciativ umožňují nebo jim brání.

Výzkum umožní zemědělcům, podpůrným organizacím a vládním agenturám utvořit si lepší náhled a představu o různých strategiích společného odbytu, faktorech jeho úspěšnosti či neúspěšnosti, o návrzích na opatření pro podporu COFAMI.

Výzkum pokrývá celou řadu iniciativ, které sdílejí následující charakteristiky:

- důraz na společné jednání zemědělců,
- aktivní zapojení zemědělců,
- orientace na odbyt, prodej a marketing,
- inovativnost (produkty, strategie, organizační formy).

Příklady iniciativ společného odbytu farmářů:

- ✓ sdílení a sdružování produktů a zdrojů za účelem společného odbytu;
- ✓ sdružování zemědělců-výrobců, kteří společně vyrábějí místní speciality;
- ✓ společná propagace regionálních potravin;
- ✓ společné investice do cíleně pěstované biomasy a její zpracování;
- ✓ podpora služeb (turistika, sociální služby apod.);
- ✓ nakládání s veřejnými statky (krajina, vodohospodářství) (COFAMI, n. d.).

2.3.5 Biospotřebitel

Významný počet výzkumných prací se zaměřuje na spotřebitelské postoje vůči biopotravinám. Hamzaoui-Essoussi a Zahaf (2008) vymezují dvě skupiny spotřebitelů biopotravin: (1) spotřebitelé ve velkých městech, kde jsou biopotraviny běžně dostupné a důvěra nakupujících spočívá zejména ve znalosti certifikačních procesů a (2) spotřebitelé náležející ke komunitám, kde je důvěra založena na osobních vztazích mezi farmářem a spotřebitelem.

Publikované vědecké články se zabývají charakterem poptávky po biopotravinách (např. Wier, O'Doherty Jensen, Andersen & Millock, 2008), obecným zájmem o biopotraviny

(např. Radman, 2005), či konkrétně zkoumají jednotlivé aspekty biopotravin ve vztahu k nákupním preferencím.

Objevují se i zajímavé komplexní závěry, např. Hamzaoui a Zahaf (2006) vymezili typického spotřebitele biopotravin jako vegetariána/vegana, kterému záleží na životním prostředí, pečuje o své zdraví, koupí biopotravin mimo jiné podporuje místní farmáře, nemá důvěru ve velké firmy a korporace a je ochoten připlatit si za nákup biopotravin oproti potravině konvenční.

V souvislosti se spotřebitelem se často rozvíjí téma důvěryhodnosti/důvěry v certifikát, značku či konkrétní bioprodukt (Hamzaoui-Essoussi & Zahaf, 2009; Zagata & Lošťák, 2012).

- *DŮVODY A BARIÉRY NÁKUPU*

V posledních letech jsou intenzivně analyzovány spotřebitelské preference v segmentu biopotravin a identifikovány hlavní klíčové faktory důležité pro volbu biopotravin.

K nejčastěji uváděným „přednostem“ biopotravin se řadí *pozitivní vliv na zdraví* (Harper & Makatouni, 2002), *chuť* (Lee, Shimizu, Kniffin & Wansink, 2013), *nutriční hodnota* (Williams, 2002). Dále *bezpečnost, vzhled, čerstvost a přirozenost* (Seljåsen et al., 2016). Vedle těchto atributů, mohou spotřebitelé zvažovat některé související nehmotné aspekty, jako je například *etická hodnota* (Platania, Rizzo & Vecchio, 2015) a *vliv na životní prostředí* (Kriwy & Mecking, 2012). Oba tyto faktory souvisí s velmi aktuálním tématem udržitelnosti rozvoje (Nagyová, Berčík & Horská, 2014). Vyznávané hodnoty zcela odlišné od „běžného spotřebitele“ jsou pak např. motivem pro zapojení do hnutí komunitou podporovaného zemědělství (CSA) či alternativních potravinových sítí (Seyfang, 2008). Nedostupnost biopotravin a vyšší cena jsou významnými překážkami a představují příčinu negativního postoje spotřebitele k biopotravinám (Sivathanu, 2015).

- *BIOSPOTŘEBITELÉ V ČR*

→ *Průzkum agentury KPMG: Nákupní zvyklosti v České republice (2013)*

Výsledky průzkumů za posledních 5 let ukazují, že se skupina spotřebitelů pravidelně nakupující biopotraviny nemění a zůstává stabilně na úrovni 4 %. Oproti minulým letům se zvýšil počet obyvatel, kteří nakupují biopotraviny občas, a to na 37 %. 17 % je naopak nikdy nevyzkoušelo a ani vyzkoušet nechce. Více než třetina populace (38 %) s biopotravinami sice určitou zkušenost má, ale již je nekupuje.

Průzkum byl mj. postaven na negativní otázce: „Proč nekupujete biopotraviny?“ Nejvíce respondentů uvedlo, že *nekupují biopotraviny z důvodu vyšší ceny* (62 %). Dalším významným důvodem byla *nedůvěra v lepší kvalitu* (47 %). Příčinu je možné hledat v negativním přístupu některých médií k biopotravinám, nebo také v absenci mediální osvěty o podstatě ekologického zemědělství a významu biopotravin. Přitom pouze 1,9 % dotazovaných mělo špatnou zkušenost s biopotravinami.

Obrázek 20: Bariéry nákupu biopotravin



Zdroj: Zpráva pro producenty, n. d.

Kvalita a chuť patří k nejčastějším důvodům nákupu biopotravin pro 38 % respondentů. Téměř třetina dotázaných volí v obchodě biopotraviny, protože jsou *zdravější* (31 %) a *neobsahují chemické látky a konzervanty* (20 %). Alarmující je velmi nízký počet dotazovaných, pro které je důležitá *šetrnost pěstování k přírodě* (3,16 %) a také *garance původu biopotravin z ČR* (11,41 %), přičemž bývá často kritizován dovoz biopotravin, které lze produkovat v ČR.

Mezi příznivce biopotravin se řadí více ženy než muži. Občas nebo pravidelně je nakupuje 43 % respondentek a 37 % respondentů.

Vůbec nejméně nakupují potraviny v biokvalitě na Ústecku a Královéhradecku a na Vysočině. Naopak nejvíce v Jihomoravském, Plzeňském kraji a v Praze (Biopotraviny mají stabilní místo, n. d.; Zpráva pro producenty biopotravin, n. d.).

→ *Průzkum agentury STEM/MARK: Ekologické zemědělství a biopotraviny (2010)*

Hlavní závěry:

- O existenci a prodeji biopotravin vědí téměř všichni respondenti (96 %), kupují je necelé 2/5 respondentů. Jedná se častěji o ženy a respondenty s vyšší životní úrovní domácnosti.
- Většina respondentů dokáže uspokojivě spontánně vysvětlit pojem „biopotraviny“. 3/4 správně udávají, že jde o ekologicky pěstované potraviny bez chemických zásahů. Dále byly označovány za potraviny zdravější, kvalitnější, chutnější, zároveň také za dražší.
- Nejčastěji respondenti nakupují mléčné výrobky (24 %). Následuje zelenina a ovoce (23 %, resp. 19 %), maso a pečivo (12 %, resp. 8 %).
- Pokud domácnost biopotraviny nakupuje, činí tak většinou pravidelně, 35 % respondentů nakupuje biopotraviny minimálně 1x za měsíc. Měsíčně utratí 19 % dotázaných do 500,- Kč, 13 % kupuje biopotraviny za 501-1000 Kč. Nejvyšší vydané částky deklarují lidé do 29 let.
- 17 % respondentů uvádí, že v porovnání s minulým rokem nakupuje biopotraviny spíše více. Nejčastěji nakupují lidé biopotraviny v supermarketu (21 %), i když za nejkvalitnější pokládají biopotraviny nabízené ve specializovaných prodejnách (13 %) a na farmě u biozemědělce (13 %).
- Jedna pětina respondentů deklaruje povědomí o biobedýnkách (reálný nákup uvedla pouze 3 % respondentů).
- Hlavním důvodem, proč biopotraviny nekupují, je pro respondenty jejich vysoká cena (40 %). Při podrobnějším pohledu lze nalézt typické důvody pro různé skupiny: skupina 40-50 let nevěří, že jsou biopotraviny lepší než běžné, zároveň také přiznávají, že mají málo informací; pro VŠ se biopotraviny špatně shánějí a je k dispozici jen omezený sortiment (STEM/MARK, 2010).

2.4 Akční plán ČR pro rozvoj EZ

„Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2016–2020“ (dále jen „AP“) si klade za cíl podporovat růst ekologického zemědělství v ČR s výhledem do roku 2020. *AP obsahuje prioritní oblasti a doporučená opatření, jejichž realizace přispěje k dalšímu rozvoji EZ, z něhož bude moci profitovat celá společnost.*

Je provedeno zhodnocení plnění Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2011–2015. Na podkladě těchto informací a aktualizované SWOT analýzy *je stanoveno 5 prioritních oblastí pro rozvoj EZ v ČR, jsou navrženy strategické a dílčí cíle a je vytvořen seznam*

opatření k řešení zjištěných bariér rozvoje EZ a dosažení stanovených cílů. AP navazuje na klíčové dokumenty v resortu zemědělství a ŽP.

2.4.1 Hodnocení Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2011-2015

Druhý „AP 2011–2015“ byl přijat v roce 2010, bylo vymezeno *pět prioritních oblastí rozvoje EZ:*

- A Trh s biopotravinami a důvěra spotřebitele*
- B Poradenství, výzkum, šíření informací*
- C Přínosy EZ pro životní prostředí a pohodu zvířat*
- D Ekonomická udržitelnost EZ*
- E Propagace a osvěta EZ a produkce biopotravin.*

Stanoveno bylo 6 dílčích cílů (*v textu je dále uváděna míra naplnění cílů, příp. důvody jejich nenaplnění*):

1. Dosáhnout 15% podílu EZ z celkové plochy zemědělské půdy v ČR, dosáhnout podílu minimálně 20 % orné půdy z celkové výměry půdy v EZ.

NAPLNĚNÍ CÍLE: Podíl na ZP - dosaženo 12,0 % (6/ 2015)

Podíl na OP - dosaženo 13,7 % (6/2015)

Důvody nenaplnění cíle: Jedním z hlavních důvodů nedosažení 15% podílu EZ na celkové zemědělské půdě ČR je jednoznačně uzavření vstupu pro nové žadatele u titulu EZ v rámci PRV (2007–2013) v letech 2012 až 2014. Nedošlo k nárůstu podílu výměry orné půdy, což bylo ovlivněno mimo jiné i zákazem rozorávání trvalých travních porostů. Vzhledem k zpřísněným evropským pravidlům k poskytování zemědělských dotací došlo k výraznému omezení kombinovatelnosti plateb u EZ a ostatních AEKO a zůstává otázkou, jak tyto změny ovlivní vývoj EZ v ČR v dalších letech. Důležitým faktem je, že od roku 2015 je opět možné žádat o podporu EZ v rámci nového PRV (2014–2020). Motivační efekt pro nově vstupující subjekty je zajištěn rozdělením podpory na přechodné období a ekologický režim, kdy sazba pro přechodné období je u většiny kultur vyšší.

2. Dosáhnout 3% podíl biopotravin na celkovém množství spotřebovaných potravin, zvýšit podíl českých biopotravin na 60 % na trhu s biopotravinami.

NAPLNĚNÍ CÍLE: Dosaženo 0,7% podílu biopotravin na celkové spotřebě potravin v roce 2013 při 43% podílu českých biopotravin.

Důvody nenaplnění cíle:

a) Cíl byl již zpočátku nastaven vysoko ve srovnání s ostatními zeměmi;

b) Po celonárodní kampani zaměřené na základní osvětu a propagaci EZ z let 2008-2010 (rozpočet 25 mil. Kč) se již nepodařilo navázat žádnou další osvětovou kampaní pro veřejnost;

c) Nedaří se zapojit biopotraviny do veřejného/neveřejného společného stravování;

d) Nedaří se řešit nejčastěji zmiňovanou bariéru nákupu biopotravin-vysokou cenu biopotravin v rámci maloobchodních řetězců jako hlavního místa jejich nákupu. Obdobně u dovozu biopotravin je vliv maloobchodních řetězců významný, importují více než polovinu objemu dovezených finálních biopotravin do ČR.

3. Dosáhnout nárůstu spotřeby biopotravin ročně minimálně o 20 %.

NAPLNĚNÍ CÍLE: Nárůst spotřeby v průměru 6,8 % ročně.

Důvody nenaplnění cíle: Jedním z hlavních důvodů je, kromě neúměrně nadsazených cen v obchodních sítích, absence dlouhodobé propagace a osvěty EZ a biopotravin ze strany státu i sektoru.

4. Zvýšit důvěru spotřebitele.

NAPLNĚNÍ CÍLE: Počet lidí kupujících biopotraviny mírně vzrostl na 41 %.

Důvody nenaplnění cíle: Opět absence dlouhodobé propagace a osvěty EZ a biopotravin ze strany státu i sektoru.

Poznámka: Česká média se spíše orientují na negativní kauzy spojené s biopotravinami, než na pozitivní osvětu podporující jejich spotřebu.

5. Zvýšit podíl příjmů z produkce/zpracování vůči podporám a posílení podnikatelského myšlení a konkurenceschopnosti.

NAPLNĚNÍ CÍLE: V letech 2011–2013 se situace příliš nezměnila a podíl dotací na celkových příjmech ekofarem se pohybuje okolo 33 %.

Důvody nenaplnění cíle: Je prokázáno, že tento model zemědělství zdaleka nemusí být ztrátový či závislý na dotacích, neboť vzrůstá zájem celé společnosti na udržení kulturní krajiny a příznivého životního prostředí, tedy i ochota spotřebitelů zaplatit vyšší ceny za biopotraviny v oprávněné míře. V ČR je zatím podíl výše dotací na celkových příjmech ekofarem vyšší než u farem v KZ; zároveň je vyšší než u ekofarem např. v Německu či Rakousku. Je třeba podpořit zejména *finalizaci produkce* na ekofarmách a pomoci *s odbytem bioproduktů za odpovídající výkupní ceny*. Dnes je již zřejmé, že je potřeba zajistit vyrovnanou podporu rozvoje EZ jak na straně nabídky (platby na plochu EZ), tak

i poptávky (podpora osvětových a propagačních aktivit zacílených na spotřebitele, zapojení biopotravin do společného veřejného/neveřejného stravování).

6. *Zvýšit reálný přínos EZ pro životní prostředí a pro pohodu zvířat a zdravotní stav obyvatelstva.*

NAPLNĚNÍ CÍLE: K hodnocení pokroku nejsou zatím podkladová data (Ministerstvo zemědělství, 2016).

Doporučení a závěry vyplývající z provedené analýzy jsou detailně uvedeny v příloze 4.

2.4.2 SWOT analýza EZ

HLAVNÍ SILNÉ STRÁNKY

- institucionální zázemí (legislativa, metodické pokyny, pravidla, kontrolní systém, institucionální zastřešení, statistická data);
- historie EZ více než 25 let, potenciál odlišit se od ostatních zemědělských systémů, včetně zdokonalování nastavení systému EZ (potenciál vyšší konkurenceschopnosti);
- pozitivní image EZ, konkrétní příklady (příběhy) z praxe;
- pozitivní image malých rodinných farem;
- prokázání pozitivního dopadu na životní prostředí;
- rostoucí počet faremních zpracovatelů/nárůst prodeje z farem;
- existence příkladů dobré praxe;
- existence dotací pro EZ z PRV.

HLAVNÍ SLABÉ STRÁNKY

- nedostatečné využití produkčního potenciálu EZ (v množství i kvalitě);
- nejasná koncepce osvěty pro veřejnost (propagace EZ a biopotravin);
- chybějící technické poradenství (nedostatečný přenos vědomostí do praxe);
- slabá koordinace institucí zapojených v sektoru EZ;
- vysoký rozdíl cen biopotravin a běžných potravin a z toho plynoucí nízká spotřeba biopotravin;
- slabá horizontální i vertikální spolupráce (nedostatečně rozvinutý trh s biopotravinami).

NEJPRAVDĚPODOBNĚJŠÍ PŘÍLEŽITOSTI

- nárůst přímého prodeje biopotravin (rostoucí prodej z farem, prodej na farmářských trzích);

- použití zahraniční inspirace a příkladů dobré praxe;
- využití zájmu médií o biotémata;
- rostoucí poptávka po kvalitních a lokálních produktech;
- nové oblasti propagace a prodeje biopotravin.

NEJPRAVDĚPODOBNĚJŠÍ HROZBY

- problematika vlastnictví půdy (růst ceny nájmu);
- tlak na ceny potravin (prohlubování rozdílů u biopotravin a pokles poptávky po biopotravinách);
- v některých případech nestabilní politická podpora EZ v ČR;
- skandály v médiích (nebezpečí ztráty důvěry v EZ);
- obava z rostoucí byrokracie a složitosti předpisů.

⇒ *DEFINOVÁNÍ HLAVNÍCH ROZVOJOVÝCH PROBLÉMŮ:*

- *nedostatečné využití produkčního potenciálu;*
- *nízká spotřeba biopotravin (díky vysokým cenám biopotravin);*
- *nejasná koncepce osvěty pro veřejnost (slabá propagace EZ a biopotravin);*
- *slabá koordinace institucí zapojených v sektoru EZ;*
- *chybějící technické poradenství (nedostatečný přenos vědomostí do praxe);*
- *nevyužitý prokázaný pozitivní dopad na životní prostředí;*
- *slabá horizontální i vertikální spolupráce osob podnikajících v EZ (nedostatečně rozvinutý trh) (Ministerstvo zemědělství, 2016).*

2.4.3 Akční plán ČR pro rozvoj EZ v letech 2016-2020

⇒ *HLAVNÍ VIZE EZ DO ROKU 2020*

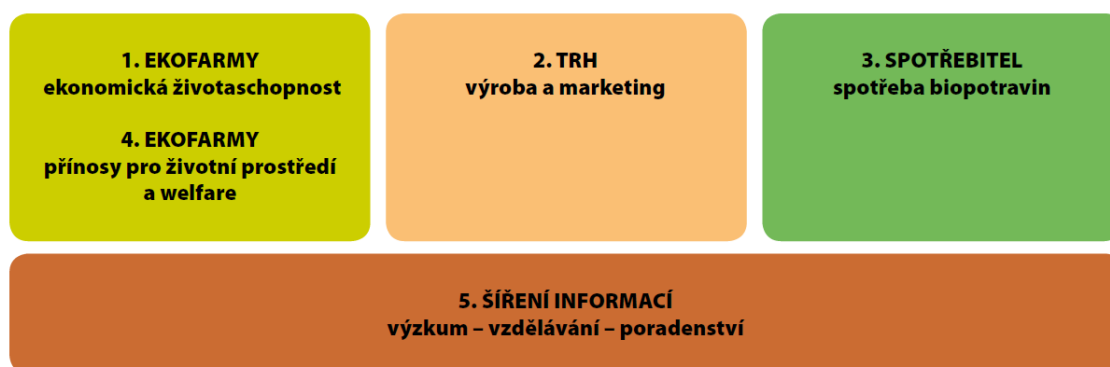
„EZ bude plně rozvinutým odvětvím zemědělství se všemi odpovídajícími charakteristikami, jakými jsou stabilní trh bioproduktů a biopotravin, dostupné služby a konzistentní státní politika podporující jak poskytování veřejných statků, včetně aspektů týkajících se životního prostředí a pohody zvířat, tak produkci biopotravin.“

⇒ *GLOBÁLNÍ CÍLE*

Globální cíl 1: propagovat a uspokojovat poptávku po biopotravinách

Globální cíl 2: zajišťovat ochranu ŽP = poskytovat veřejné statky

Obrázek 21: Prioritní oblasti rozvoje EZ (AP 2016-2020)



Zdroj: Ministerstvo zemědělství, 2016

⇒ *STRATEGICKÉ CÍLE EZ VYMEZENÉ AP 2016 – 2020*

1. *Zlepšit ekonomickou životaschopnost ekofarem*
2. *Zvýšit podíl domácích biopotravin na trhu*
3. *Zvýšit spotřebu biopotravin, zejména domácího původu*
4. *Zvýšit povědomí o přínosech EZ pro životní prostředí a welfare zvířat*
5. *Zvýšit využití poznatků výzkumu/inovaci/nových technologií/znalostí*

Kvantifikace strategických cílů do roku 2020:

- zvýšit podíl příjmů z produkce na celkových příjmech ekofareem vůči podporám (zlepšení proti současnému stavu);
- zvýšit hodnotu produkce ekofareem o 15 % (dle metodiky FADN);
- zvýšit podíl českých biopotravin na 60 % na trhu s biopotravinami;
- dosáhnout 3% podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů;
- zvýšit důvěru spotřebitelů, zvýšit průměrné výdaje za biopotraviny na 600 Kč/obyvatele/rok;
- zvýšit reálný přínos EZ pro životní prostředí a pohodu zvířat, dosáhnout 15% podílu ekologických ploch na celkové zemědělské půdě v ČR;
- dosáhnout podílu minimálně 20 % orné půdy z celkové výměry půdy v EZ;
- zajistit financování výzkumu a poradenství v EZ v rozsahu odpovídajícím podílu ploch EZ na celkové zemědělské půdě (15 %).

Na strategické cíle pak navazují *operativní dílčí cíle*, pro které byla následně navržena opatření umožňující jejich naplnění a dále *indikátory k hodnocení pokroku* (Ministerstvo zemědělství, 2016).

Poznámka: FADN - The Farm Accountancy Data Network (Zemědělská účetní datová síť).

Podrobné vymezení dílčích cílů a indikátorů rozvoje uvádí příloha 5.

2.4.4 Výzkumné priority v oblasti ekologického zemědělství

Jedním z klíčových dokumentů dalšího rozvoje výzkumu v oblasti ekologického zemědělství pro evropské prostředí je *Vize pro organické potraviny a zemědělství- Výzkumná agenda do roku 2025* (zpracovaly: IFOAM EU Group a ISOFAR /International Society of Organic Agriculture Research/).

Hlavní teze:

- ✓ Ekologické zemědělství a výroba biopotravin jsou perspektivními a inovativními způsoby řešení výzvy, kterým čelí EU v oblasti zemědělství a produkce potravin.
- ✓ Ekologická produkce stimuluje dynamický růst trhu, přispívá k růstu faremních příjmů a vytváří pracovní příležitosti po více než tři desetiletí. Zároveň přináší veřejné statky z hlediska ochrany životního prostředí, ochrany životních podmínek zvířat a rozvoje venkova.
- ✓ Ekologické zemědělství je silně založené na etických hodnotách, na principech zdraví, ekologie a spravedlnosti.

Tři prioritní oblasti výzkumu:

1. ekofunkční intenzifikace produkce potravin,
2. posílení venkovských oblastí a ekonomiky,
3. výroba potravin pro zdraví člověka.

Dílčími tématy jsou: rozvoj venkova a decentralizovaná výroba potravin (např. potravinová soběstačnost), kvalita krajiny, zachování biologické rozmanitosti, udržitelné využívání přírodních zdrojů, zelená pracovní místa a dobré životní podmínky zvířat (Technologická platforma „Organics“. Vize, n. d.).

3 Cíle a metodika

3.1 Vymezení cíle

ÚZEI každoročně zajišťuje sběr dat z ekofarem (prostřednictvím kontrolních organizací pro oblast EZ) a výsledky jsou zpracovávány především na národní úrovni, výstupy na regionální úrovni (za jednotlivé kraje ČR) jsou dostupné pouze omezeně. Data jsou publikována v rámci Statistických šetření EZ, Zpráv o trhu s biopotravinami a Ročenek EZ. Následně jsou východiskem pro zpracování strategických dokumentů, zejména akčních plánů rozvoje.

Rozvoj EZ a trhu biopotravin je nutné řešit v konkrétních regionech, za podpory regionálních/místních zastupitelstev, poboček agrární komory či zájmových sdružení. Každý region má svá specifika, která je nutno respektovat při aplikaci celorepublikových nástrojů směřujících k rozvoji EZ v ČR.

Text této práce vychází z víceletých průzkumů, které měly za úkol zhodnotit „biosystém“ na úrovni vybraného regionu-Jihočeského kraje. Poskytnout komplexní regionální analýzu produktové biovertikály, formulovat silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení pro její hlavní segmenty. Analýzy byly zaměřeny na ekofarmy, výrobce biopotravin, prodejce, spotřebitele i samotné biopotraviny (z pohledu kvality, ceny a dostupnosti). Díky podrobným šetřením v terénu, komunikaci s významným vzorkem subjektů zapojených do prakticky celé „biovertikály“, bylo možné zhodnotit míru naléhavosti národních priorit na úrovni regionu, případně definovat další oblasti, které do nich nebyly zahrnuty.

Předmětem habilitační práce je situační analýza produktové „biovertikály“, konkrétně výroby, prodeje a spotřeby biopotravin. V literární rešerši na národní úrovni (rámcově i světové a evropské), v části praktické na úrovni Jihočeského kraje. Cílem je vymezení silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení základních oblastí „biosystému“ (výroby, prodeje a spotřeby) na základě regionálních analýz a celkové zhodnocení systému prostřednictvím základních výzkumných otázek.

3.2 Výzkumné otázky a hypotézy

Základem a východiskem pro každé vědecké zkoumání je existence *výzkumných otázek* (Research Questions). Výzkumné otázky musí být kladeny tak, aby na základě odpovědi byly naplněny cíle výzkumu. Výzkumná otázka identifikuje problém, který bude zkoumán.

Dobré výzkumné otázky většinou začínají obecným problémem, který je postupně zužován na zcela konkrétní téma zkoumání.

Při formulaci výzkumných otázek existuje již určitá představa o možné odpovědi, která je výsledkem našeho dosavadního stavu poznání, zkušenosti, invence, kreativity, komunikace s kolegy (vědeckou komunitou). Tuto odpověď lze nazývat *hypotézou*. Hypotéza je domněnka, podmíněně pravdivý výrok o vztahu mezi dvěma či více jevy, o existenci nějakého faktu, fenoménu, procesu a jeho příčinách, změnách atd. V empirickém výzkumu musí vycházet ze znalostí problému. Svou formulací předjímá určitý stav (vztah mezi znaky apod.), který je možné zjišťovat a zkoumat, empiricky ověřovat. Hypotéza představuje předběžné tvrzení, představu o vztahu mezi zkoumanými proměnnými a s tím související předpoklad budoucího chování systému (Molnár, 2012).

Výzkumné otázky jsou v předkládané práci zaměřeny na základní články „biovertikály“:



PRO OBLAST EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ:

Má jihočeské ekologické zemědělství dostatečné produkční výkony spojené s tržním uplatněním na domácím trhu?

Ekologické zemědělství má dvě strategické funkce. Mimoprodukční: svou podstatou napomáhá trvale udržitelnému rozvoji, a to díky šetrnému vztahu k životnímu prostředí a významnému podílu na rozvoji venkova. A dále produkční: produkuje kvalitní, zdravé potraviny.

Sledované znaky: podíl tržní produkce v jednotlivých biokomoditách, podíl bioprodukce, která není tržně zhodnocena jako certifikovaný bioprodukt (prodej jako produkt konvenční), podíl bioprodukce, která nesměřuje na domácí trh, identifikace objemu faremní spotřeby.

Hypotézy:

H 1: Na trhu končí minimálně 60 % rostlinné a 80 % živočišné produkce z jihočeských ekofarem.

H 2: Minimálně 30 % bioprodukce je prodáno jako konvenční produkt.

H 3: Maximálně 30 % bioprodukce je prodáno v biorežimu na domácím trhu.



PRO OBLAST BIOTRHU:

Chová se obchod v oblasti prodeje bioprodukce dostatečně společensky odpovědně, a to především v oblasti cenové strategie? Nabízí dostatečné množství cenově dostupných biopotravin?

Úlohou obchodu je nabízet zákazníkovi kvalitní služby, konkrétně uspokojovat poptávku zákazníka po produktech v požadovaném množství i kvalitě. V případě biopotravin se obchod zapojuje do distribuce velmi specifické produkce. Ta byla vyprodukována s maximálním ohledem na trvalou udržitelnost a je žádoucí, aby i obchodní články projevíly svou společenskou odpovědnost a tyto produkty zařazovaly do svého obchodního sortimentu s přijatelnou marží. Právě maloobchod je často označován za „parazitující“ subjekt, který dává díky vysokým maržím biopotravinám image luxusních, obtížně prodejných produktů. V tomto ohledu je důležité zabývat se jednotlivými formami prodeje bioprodukce a hodnotit je nejenom z pohledu šíře a hloubky nabízeného sortimentu a také z pohledu prodejních cen.

Sledované znaky: počet zastoupených skupin biopotravin a počet položek nabízených v základních produktových skupinách (šíře a hloubka biosortimentu) v rámci specializovaných prodejen zdravé výživy (včetně farmářských prodejen) a prodejních míst obchodních řetězců. Identifikace poměru cen bioprodukce a konvenčních alternativ v nejvýznamnějších formách prodeje biopotravin (OŘ a SP).

Hypotézy:

- H 4: Nabídka biopotravin v OŘ souvisí s obchodním profilem jednotlivých obchodních společností. Nejmenší zastoupení biopotravin mají diskontně orientované řetězce.
- H 5: V nabídce OŘ se objevují stejné skupiny biopotravin, minimální je nabídka masa v biokvalitě.
- H 6: Podíl biopotravin na prodejním sortimentu je u většiny SP větší než 25 %.
- H 7: Cena biopotravin ve SP je minimálně o 20 % vyšší než v OŘ.
- H 8: Cena biopotravin je minimálně o 50 % vyšší než cena obdobných konvenčních alternativ.



PRO OBLAST SPOTŘEBY:

Zná jihočeský spotřebitel dostatečně biopotraviny, zajímá se o ně a dokáže svůj zájem projevit i formou nákupních aktivit? Do jaké míry je cena hlavní nákupní bariérou?

Spotřebitelé jsou významnou součástí konceptu trvalé udržitelnosti. Právě oni svými nákupními preferencemi, vzorci spotřeby určují charakter produkce: zda preferují ekologicky šetrné alternativy, nebo akceptují běžnou konvenční produkci. Je v zájmu společnosti orientace na udržitelné formy spotřeby a měla by je prosazovat všemi dostupnými nástroji, prostřednictvím vládních i nevládních organizací. Je například žádoucí podporovat spotřebu bioproduktů ve školách/školkách, v nemocnicích, v domech pro seniory. Pro to je nutné učinit potřebná politická rozhodnutí jak na úrovni státu, tak i krajů, resp. obcí.

Sledované znaky: úroveň základních znalostí z oblasti bioprodukce, intenzita spotřeby biopotravin, základní motivy a bariéry nákupu biopotravin, akceptovatelné cenové navýšení u biopotravin (oproti konvenční alternativě), spokojenost s kvalitou biopotravin, preferovaná prodejní místa apod.

Hypotézy:

H 9: Jihočeský spotřebitel biopotravin stále dostatečně nezná. Minimálně 60 % respondentů bude hodnotit úroveň svých znalostí jako podprůměrnou.

H 10: Hlavním motivem nákupu biopotravin jsou zdravotní důvody.

H 11: Vysoká cena je významnou bariérou nákupu biopotravin.

3.3 Metodický postup

A LITERÁRNÍ REŠERŠE

B REGIONÁLNÍ PRŮZKUMY (Jihočeský kraj)

C VYMEZENÍ SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK, PŘÍLEŽITOSTÍ
A OHROŽENÍ (pro celou produktovou biovertikálu)

➔ Ad A LITERÁRNÍ REŠERŠE

Literární rešerše je text, jehož cílem je vytvořit kritický přehled současných znalostí o konkrétním tématu. Literární rešerše je obvyklou součástí vědeckých publikací a často předchází tvorbě návrhů výzkumných projektů a výběru vhodné metodiky (Molnár, 2012).

Literární rešerše uvedená v této práci se zaměřuje na všechny významné aspekty determinující ekologické zemědělství a trh biopotravin, nejprve v obecné rovině a následně ve vazbě na jednotlivé geografické úrovně (svět, Evropa/EU a ČR). Postupně jsou analyzovány: vybrané politické a legislativní faktory (legislativní předpisy, strategické

dokumenty), technologické faktory (požadavky na bioprodukcí, oblasti výzkumu), ekonomické faktory (dotační politika) a sociální faktory (motivy a bariéry nákupu).

Základní charakteristiku doplňují oblasti, které patří mezi limitující stránky rozvoje biotrhu. Specifická pozornost je věnována např. *uplatnění biopotravin ve školách*. Školy představují do budoucna významný odbytový potenciál, ale v ČR zatím nebyly dány ze strany státu (ani nižších správních celků) potřebné impulsy. Dalším rozšiřujícím tématem jsou *studie dokládajících vyšší kvalitativní úroveň bioprodukce* oproti konvenčním potravinám. V odborné literatuře (obdobně i ve veřejných médiích) je spíše zdůrazňována skutečnost, že chybí spolehlivé vědecké analýzy potvrzující vyšší kvalitu biopotravin. V práci jsou uvedeny studie, které se naopak snaží vyvrátit tento zažitý mediální obraz. Právě nedůvěra v deklarovanou kvalitu biopotravin se zdá být významnou bariérou jejich prodeje. Dlouhodobě je za slabou stránku rozvoje ekologického zemědělství považován marketing, v rešerši jsou proto připomenuty také základní nástroje a koncepty *marketingového mixu*, a specifická *marketingová doporučení pro oblast bioprodukce*. Popsány jsou konkrétní aktivity na podporu prodeje biopotravin.

Závěr literární rešerše je věnován SWOT analýze ekologického zemědělství, která poskytuje komplexní pohled na silné a slabé stránky, ohrožení a příležitosti.

Literární rešerše je východiskem pro praktickou část, která rozvíjí jednotlivá témata na úrovni regionu-Jihočeského kraje.

➔ Ad B REGIONÁLNÍ PRŮZKUMY (Jihočeský kraj)

1. Analýza ekologického zemědělství
2. Analýza prodeje biopotravin
3. Analýza spotřebitelských preferencí
4. Cenová analýza
5. Analýza bioprodukce z pohledu MŠ a ZŠ

Ad 1 ANALÝZA EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ (včetně zpracovatelských aktivit a odbytových cest)

⇒ *Analýza dat za ekofarmy, Jihočeský kraj (ÚZEI – MZe, 2013-2014)*

Podrobná analýza ekologického zemědělství byla realizována v roce 2013. V rámci tříletého grantového projektu představovala první, výchozí fázi výzkumu. Vzhledem k náročnosti analýzy dat (problematická dostupnost kompletní databáze za všechny ekofarmy) a také

skutečnosti, že se mezi lety 2011-2014 podstatně nezměnil počet ekofarem a zůstala df. stejná výměra ZP, byly v praktické části této práce zahrnuty přímé výsledky výzkumu a aktualizovány (k roku 2014) pouze klíčové ukazatele rostlinné a živočišné produkce.

Charakteristika ekologického zemědělství v Jihočeském kraji vycházela z podrobné databáze ekofarem Jihočeského kraje poskytnuté ÚZEI (se souhlasem MZe) za rok 2011 (poslední dostupná kompletní data v době průzkumu). Aktualizace je realizována na základě souhrnné databáze (celý Jihočeský kraj) za rok 2014.

Poznámka: ÚZEI organizuje každoročně podrobné šetření na všech ekofarmách v ČR ve spolupráci s kontrolními organizacemi, na základě kterého jsou publikovány celorepublikové analýzy (MZe, www.eagri.cz). Pro účely výzkumu tak byla získána velmi unikátní data za ekofarmy hospodařící na katastru obcí v rámci Jihočeského kraje, celkem se jednalo o 544 farem.

Analýza se dotýkala ekologické faremní produkce i odbytu. Na základě dat byly vytvořeny obrázky, tabulky a mapové výstupy. Obrázky a tabulky informují o struktuře regionální bioprodukce, podávají přehled o základních odbytových tocích a uplatnění této produkce. Mapové listy poskytují přehled o teritoriálním rozmístění produkce základních biokomodit (ve vazbě ke katastrům, na jejichž území farmy hospodaří). Kompletní obrázky (grafy) a mapové výstupy jsou uvedeny ve vztahu k nejvýznamněji zastoupeným tržním komoditám na OP: *obilovinám, technickým plodinám, luskovinám, okopaninám/bramborám a zelenině*. Za oblast živočišné produkce pak k *chovu* (a související produkci) *skotu, ovcí, koz a drůbeže*. Ostatní chovy, produkce píce na OP a trvalé kultury jsou uvedeny bez odbytových diagramů (z důvodu minimálního rozsahu tržních výstupů).

V dalším textu jsou strukturálně i geograficky zanalyzovány regionální zpracovatelské kapacity a vybrané odbytové formáty. Tyto analýzy vycházejí z dat roku 2014, s využitím databáze REP.

⇒ *Dotazníkové šetření na ekofarmách (2013-2014)*

V roce 2013 byl realizován průzkum na jihočeských ekofarmách se zaměřením na vybrané tržní biokomodity (mléko, maso, brambory, ovoce a zelenina). Celkem bylo osloveno 312 farem, částečně formou osobní návštěvy (39), částečně formou zaslání tištěného dotazníku (273). Získáno bylo 97 vyplněných dotazníků (dotazníky byly uzpůsobeny jednotlivým biokomoditám).

Do této práce jsou vybrány výstupy, které doplňují analýzu dat poskytnutých ÚZEI. A to zejména z pohledu způsobu uplatnění bioprodukce na trhu, hodnocení jednotlivých forem odbytu, míry a důvodu prodeje v konvenčním režimu, možnosti navýšení produkce, postoje

k dodávkám do škol/školních jídelen a jiných forem společného/účelového stravování, dotacím, kooperaci s jinými subjekty apod.

Poznámka: Školní jídelny se podle odborné literatury řadí k formám společného stravování neveřejného, tzv. účelovému stravování (také závodní, nemocniční jídelny apod.). Ve vládních dokumentech jsou nesprávně označovány jako forma veřejného stravování.

Ad 2 ANALÝZA PRODEJE BIOPOTRAVIN (vybrané maloobchodní formáty: SP a OŘ)

⇒ *Obchodní řetězce (průzkumy 2013-2014)*

→ *Nabídkové listy*

Nabídkový list ve formě tabulky obsahoval 56 položek, ke kterým se na prodejních místech zapisoval konkrétní počet druhů biopotravin zastoupených v prodejním sortimentu. Pomocí nabídkových listů byla identifikována šířka a hloubka biosortimentu. Terénní výzkum s nabídkovými listy v obchodních řetězcích v Jihočeském kraji trval celkem pět měsíců (srpen-prosinec 2013).

Průzkum byl proveden v prodejnách celkově deseti obchodních řetězců, které v kraji operují, a to konkrétně:

- AHOLD Czech Republic, a.s.
- Penny Market s.r.o.
- Lidl Česká republika v.o.s.
- Kaufland Česká republika v.o.s.
- Billa, spol. s r.o.
- Tesco Stores ČR a.s.
- dm drogerie markt s.r.o.
- SPAR Česká obchodní společnost s.r.o.
- JEDNOTA, spotřební družstvo České Budějovice
- Globus ČR, k.s.

V Českých Budějovicích byla navíc zjišťována orientačně i data v prodejnách Trefa (7), které spadají pod JEDNOTU, spotřební družstvo České Budějovice a Žabka (4), které jsou součástí franchisového řetězce provozovaného akciovou společností Tesco Stores ČR a.s. U pobou těchto prodejen bylo ve většině případů zjištěno nulové zastoupení biopotravin, proto bylo šetření v dalších městech Jihočeského kraje zaměřeno již pouze na supermarkety Terno (JEDNOTA) a jednotlivé formáty Tesco.

Bylo vymezeno 103 prodejních míst daných OŘ, data byla získána z 97 provozoven.

→ *Dotazníkové šetření (vedení OŘ):*

Pro dotazníkové šetření bylo vybráno celkem 18 OŘ zastoupených v seznamu TOP 30 širokosortimentních obchodníků v ČR. Dotazník obsahoval celkem 29 otázek, které byly koncipovány jako otevřené, polootevřené a uzavřené. Týkaly se např. zastoupení biopotravin v prodejnách, problematiky prodejnosti biopotravin, kvality prodáváných biopotravin nebo spolupráce s jejich dodavateli. Samotné šetření probíhalo 4 měsíce (listopad 2013-únor 2014). Celkem se šetření zúčastnilo 7 oslovených společností. Výsledky z této oblasti výzkumu mají proto pouze ilustrativní charakter. Pro finální posouzení byly rovněž analyzovány informace z webových stránek, tiskových prohlášení apod. jednotlivých obchodních řetězců.

Údaje byly komparovány s výsledky obdobného průzkumu z let 2008-2009 (Medek, 2009).

⇒ *Specializované prodejny zdravé výživy*

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na subjekty v Jihočeském kraji, jejichž předmětem činnosti je prodej zdravé výživy či biopotravin.

Protože neexistuje žádný oficiální seznam specializovaných prodejen s nabídkou biopotravin, byly jednotlivé prodejny identifikovány prostřednictvím internetových stránek a následně také z informací, které poskytly jednotlivé prodejny v rámci samotného šetření. V Jihočeském kraji bylo dohledáno celkem 67 prodejen zdravé výživy a prodejen biopotravin (tzn. prodejen, kde biopotraviny tvoří hlavní nebo doplňkovou část prodejního sortimentu). Následným telefonickým ověřením bylo zjištěno, že 17 prodejen bylo zrušeno a 5 prodejen biopotraviny již neprodává. Byla tak potvrzena aktuální existence 45 prodejen zdravé výživy a biopotravin. Osobně bylo navštíveno 35 prodejen a 10 bylo na základě telefonické domluvy obesláno poštou nebo e-mailem. Bylo získáno 33 vyplněných dotazníků.

Dotazník byl zaměřen na vymezení podílu biopotravin v prodejním sortimentu, kvalitu prodáváných biopotravin, strukturu a hodnocení dodavatelů biopotravin, vymezení hlavních bariér většího zastoupení biopotravin v prodejním sortimentu, formy propagace biopotravin apod.

Údaje byly komparovány s výsledky obdobného průzkumu z let 2008-2009 (Petrůšková, 2009).

Ad 3 ANALÝZA SPOTŘEBITELSKÝCH PREFERENCÍ

Spotřebitelský průzkum byl realizován formou dotazníkového šetření, dotazník obsahoval 34 otázek. Sběr dat probíhal mezi širokou populací po dobu 8 měsíců (2013-2014). Do analýz

vstoupila data od 1 100 respondentů, kdy věková struktura kopírovala demografickou strukturu české populace. Dotazníky byly vyhodnoceny pomocí programu Microsoft Excel.

Dotazníkové šetření směřovalo k identifikaci obecných preferencí při nákupu potravin, postoje české veřejnosti k biopotravinám, důvodům/bariérám zájmu o bioprodukty, spokojenosti s vybranými biokomoditami a náhledu na adekvátnost cen biopotravin.

Ad 4 CENOVÁ ANALÝZA

Na identifikovanou cenovou bariéru navazoval průzkum v oblasti cen biopotravin. Porovnávány byly ceny biopotravin a jejich konvenčních alternativ, se zřetelem k odlišným cenovým hladinám v rámci prodejních jednotek obchodních řetězců a specializovaných prodejen zdravé výživy (včetně „farmářských“ prodejen). U obchodních řetězců byla analýza dovedena na úroveň jednotlivých prodejních míst zastoupených v Jihočeském kraji. Jsou vymezeny rozdíly v cenové hladině za jednotlivé biokomodity.

Terénní šetření bylo provedeno v roce 2015 celkově v 80 prodejních místech obchodních řetězců a 33 specializovaných prodejnách, celkově ve 13 sídelních útvarech Jihočeského kraje.

Ad 5 ANALÝZA BIOPRODUKCE Z POHLEDU MŠ A ZŠ

Průzkum proběhl v rámci 50 školských zařízení (27 MŠ a 23 ZŠ) na území statutárního města České Budějovice v letech 2011 a 2012. Dotazování proběhlo na úrovni kompetentních zástupců škol a rodičů dětí navštěvujících tato školní zařízení. Celkově bylo ochotno vyplnit dotazník a zaujmout postoj k uplatnění biopotravin ve škole/školce 15 MŠ a 13 ZŠ. Dotazování bylo zaměřeno na preference zdravé výživy/zapojení do projektů spojených se zdravou výživou, ochotu zařadit do přípravy jídel bioprodukty, reálnou přípravu jídel z bioproduktů, hlavní bariéry využívání/většího využívání bioprodukce a ochotu umožnit ve škole dotazování mezi rodiči.

Mezi rodiče školáků/předškoláků bylo celkem distribuováno 600 dotazníků, celkově bylo získáno 336 vyplněných dotazníků. Dotazování ve vztahu k rodičům sledovalo míru zájmu o tzv. zdravou výživu, znalost a využívání biopotravin, postoj k případnému využívání biosurovin v rámci školního stravování a ochotu akceptovat cenové navýšení u obědů z bioproduktů.

V rámci uvedených analýz byly použity základní popisné statistické charakteristiky: aritmetický průměr, vážený aritmetický průměr, ukazatelé variability v podobě variačního rozpětí a variačního koeficientu. Všechny obrázky a tabulky uvedené v praktické části zpracovány v aplikacích Microsoft Office, mapové listy pak v geodatabázovém programu

Janitor, za pomoci údajů o přesné lokalizaci jednotlivých subjektů vyhledaných v mapovém vyhledávači na www.google.cz.

Průzkumy uváděné v praktické části byly realizovány za podpory grantového projektu GAJU 019/2013/S Determinanty trhu bioprodukce - Jihočeský kraj. Jednalo se o komplexní výzkum v oblasti regionálního (jihočeského) trhu bioprodukce, který zahrnoval všechny významné segmenty biořetězce (ekofarmy, vybrané maloobchodní formy prodeje biopotravin a spotřebitele).

➔ Ad C VYMEZENÍ SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK, PŘÍLEŽITOSTÍ A OHROŽENÍ (pro celou produktovou biovertikálu)

Východiskem analýzy je SWOT analýza publikovaná MZe pro ekologické zemědělství ČR v rámci Akčního programu pro rozvoj EZ v letech 2016-2020. Silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení jsou v praktické části formulovány s ohledem na realizované regionální výzkumy. Podrobné analýzy celého biořetězce definují vnitřní „stav“ ekologického zemědělství a trhu bioprodukce. Pro posouzení jednotlivých segmentů „SWOT“ byly zváženy základní faktory strategické analýzy (politicko-legislativní faktory, faktory technologické, ekonomické a sociální).

Poznámka: Jednotlivé body analýzy autorka korigovala též na základě osobních zkušeností z dlouhodobé práce na ekofarmě, poznatků z odborných vzdělávacích akcí a Biosummitu.

3.4 Použité vědecké metody



Základní a aplikovaný výzkum

Základní výzkum pomáhá rozvíjet vědu a je svázán s teorií. Výsledky přispívají k rozvoji vědy, ať už k rozšíření její metodologické výbavy, či stavu teoretického poznání. Je obvykle financovaný z veřejných zdrojů.

Aplikovaný výzkum je především zaměřen na praktické řešení problémů, je prováděn s cílem použít výsledky v praxi. S tímto přístupem často pracuje komerční výzkum.



Kvantitativní a kvalitativní výzkum

- *Kvantitativní výzkum*

Kvantitativní výzkum spočívá v analýze dat, která mohou být získána buď přímým pozorováním (např. zjišťováním cen výrobků v prodejnách), nebo dotazováním (prostřednictvím výkazů, dotazníků, či rozhovorů).

Zjištěná data představují hodnoty proměnných veličin (dále jen proměnných). Ty jsou obvykle buď kvantitativní (cena výrobku), nebo kvalitativní (typ výrobku). Logika kvantitativního výzkumu je deduktivní. Na začátku je problém existující buď v teorii nebo v realitě. Tento problém je „přeložen“ do pracovních hypotéz. Ty jsou pak základem pro výběr proměnných. Výstupem je potom soubor přijatých nebo zamítnutých hypotéz.

- *Kvalitativní výzkum*

Cílem kvalitativního výzkumu je vytváření nových hypotéz, nového porozumění, nové teorie (Disman, 2005). Logika kvalitativního výzkumu je tedy induktivní. Kvalitativní výzkum je proces hledání. „Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného problému. Výzkumník vytváří komplexní (holistický) obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách“ (Creswell, 2008). Na začátku výzkumného procesu je pozorování, sběr dat. Výzkumník si vytváří komplexní obraz o realitě tím, že vyhledává a analyzuje jakékoliv informace, které přispívají k osvětlení výzkumných otázek.

Standardizace (normalizace) v kvalitativním výzkumu je slabá a proto má kvalitativní výzkum poměrně nízkou reliabilitu. Slabá standardizace výzkumu, volná forma otázek a odpovědí nevynucuje taková omezení jako kvantitativní výzkum. Proto potenciálně může mít vysokou validitu.

- *Směšený výzkum (metodologická triangulace)*

V triangulaci jde o paralelní užívání různých druhů dat či různých metod při studiu jednoho a téhož problému. Cílem triangulace je očistit spolehlivé informace od nespolehlivých, získat validní a objektivní obraz studovaného objektu. Metodologická triangulace znamená použití nejméně dvou metod (obvyčejně kvalitativních a kvantitativních) (Pavlica, 2000). Mezi zastánci kvalitativního a kvantitativního výzkumu tradičně probíhají spory o vědeckém přínosu obou typů výzkumu. Omezení na jeden ze dvou uvedených přístupů s sebou nese riziko, že opomineme některé důležité aspekty zkoumaného problému. Jestliže se používají jenom kvantitativní metody, výzkumník se často dopouští chyby, že se pohybuje spíše po povrchu problému. V průběhu doby se prosadil názor, že oba výzkumné pohledy jsou potřebné.

Výzkumné metody

Metoda v původním významu znamená „cesta někam“. Metoda je vědomý a plánovitý postup jak dosáhnout nějakého teoretického i praktického cíle. Pro úspěšnou realizaci cílů výzkumné práce může být využito více metod v souvislosti s realizací dílčích cílů.

A EMPIRICKÉ METODY (KVANTITATIVNÍ VÝZKUM)

Kvantitativní výzkum je zaměřen na sběr dat s cílem popsat zkoumanou oblast. Bývá preferován pro svou jednoduchost a nenáročnost. Jedná se o takový sběr dat, který je zaměřen na velké množství respondentů. Tito respondenti nejčastěji odpovídají na otázky formou dotazníků, které jsou následně zpracovány a statisticky vyhodnoceny.

Techniky sběru dat (příklady):

⇒ Pozorování

Pozorování patří k nejzákladnějším technikám sběru dat. Vědecké pozorování je selektivní, stejně tak jako běžné lidské pozorování. Vědec pozoruje to, co si předem pečlivě naplánoval pozorovat a co nejlépe pečlivě definoval a vymezil. Plánovitost a určitá systematičnost jsou charakteristiky, které odlišují běžné pozorování od pozorování profesionálního. Nejvíce se projevují v tom, jak vědec odpovídá na dvě základní otázky pozorování: co a jak pozorovat.

⇒ Rozhovor

Nejpodstatnější rozdíl mezi pozorováním a rozhovorem je v tom, že rozhovor představuje zprostředkovaný a vysoce interaktivní proces získávání dat. Interaktivnost je o tom, že rozhovor je přímou sociální interakcí. Výzkumník aktivně vstupuje do situace a ovlivňuje množství a charakter informací sdělených respondentem. Navíc tyto informace jsou vždy zprostředkované. To je dáno specifickými záměry respondenta, a rovněž i jazykovou obratností, strukturou a povahou jazyka.

Strukturovaný rozhovor (interview) probíhá podle otázek, jejichž znění i pořadí jsou přesně určeny a předem připraveny. Jeho výsledky jsou snáze zpracovatelné, ale hloubka poznání se tím zmenšuje. Do jisté míry šablonovitý postup může vést k získání nepřesných a neúplných údajů. *Nestrukturovaný rozhovor* probíhá pružněji. Výzkumný pracovník si připraví jen základní otázky, které bude klást. Ale jejich obsah, pořadí a formulace závisí na tazateli, který se přitom nemusí držet žádného schématu. Nedostatkem tohoto postupu je větší obtížnost zpracování získaného materiálu. Nestrukturovaný rozhovor se často používá v případě, má-li odhalit situace jednotlivého respondenta a rovněž tam, kde se poprvé seznamuje badatel s problémem. Tam, kde se již orientuje ve vztazích a chce studovat určitý

aspekt problémů, lze s prospěchem využít strukturovaného rozhovoru. Za nevhodnější se obvykle pokládá *polostrukturovaný* rozhovor.

⇒ *Dotazník*

Existuje mnoho výzkumných otázek, na které se obtížně hledají odpovědi doptáváním jednotlivých lidí tváří v tvář (face to face). Zvláště tam, kde potřebujeme jednu a tutéž sadu otázek zadat velkému počtu lidí, je výhodnější, když ji zadáme formou dotazníku. Dotazník ve své základní podobě je jako strukturovaný rozhovor předložený v písemné podobě. Je tedy určený pro hromadné získávání údajů. Správné použití dotazníku, právě tak jako ostatních metod empirického výzkumu, vyžaduje náležitou teoretickou přípravu. Přesná formulace konkrétního cíle a úkolů dotazníku ve vztahu ke zvolenému problému jsou základní podmínkou účelného koncipování dotazníku. Přispívají i k jasnému zaměření jednotlivých položek na uzlové momenty. Způsob kladení otázek navozuje zároveň odpovědi respondentů. Z tohoto hlediska rozlišujeme dva základní typy otázek využitých v dotazníku: otevřené (nestrukturované) a uzavřené (strukturované). Polouzavřené otázky pak kombinují výhody (ale také nevýhody) otevřených a uzavřených otázek. Polouzavřená otázka vznikne přidáním varianty "jiné" do uzavřené otázky, která je vlastně otevřenou otázkou a umožňuje respondentovi volně vyjádřit svůj názor.

⇒ *Případová studie*

Případová studie detailně popisuje nebo rozebírá jeden nebo několik málo případů z praxe. Jedná se o zkoumání předem zvoleného jevu, v rámci jeho reálného kontextu. Případová studie má primárně deskriptivní cíl: usiluje o zachycení složitosti případu, jeho komplexnosti, popisuje vztahy v jejich celistvosti. Může však být i explanační: odhalit skryté souvislosti a vysvětlit příčiny konkrétních jevů.

Podstatou případové studie je předpoklad, že důkladným prozkoumáním jednoho případu lépe porozumíme jiným podobným případům.

V případové studii lze k vysvětlení jevů, na něž se zaměřuje, využívat různých vědeckých metod (interview, studium dokumentů, statistická data, apod.) a jejich výsledků; není to však její hlavní cíl. Případové studie jsou *praktickým* příspěvkem k danému tématu, jejich zpracování je založeno spíše na zkušenosti než na analýze či aplikaci nějaké teorie.

B STATISTICKÉ METODY

Chceme-li ve výzkumu něco ověřit, obvykle se neobejdeme bez statistických metod. Platí to v rozličných oblastech, od přírodních věd přes technické až po ekonomické vědy.

Statistický přístup ke zkoumání sociálně-ekonomické reality vychází z potřeby získání základních číselných popisných charakteristik statistického souboru, na základě kterých by bylo možno v přehledné podobě jednoznačně specifikovat vlastnosti hodnoceného souboru. K tomuto účelu slouží především dvě základní kategorie popisných měr: míry úrovně a míry variability hodnot. Znalost těchto měr je nejen výchozím bodem každé věcné analýzy, ale i podmínkou pro případné komparace více statistických souborů.

Jednotlivé objekty, prvky statistického souboru, označujeme jako statistické jednotky. Jsou nositeli vlastností daného souboru. Počet jednotek statistického souboru se nazývá rozsah souboru. Soubory, které jsou předmětem zkoumání, označujeme jako základní soubor. V praxi často z různých důvodů nepracujeme s celým rozsahem statistického souboru, ale jen se vzorkem statistických jednotek neboli s výběrovým souborem. K tomu dochází buď proto, že zkoumání celého statistického souboru by bylo nákladné, časově zdlouhavé nebo z jiných praktických ohledů neuskutečnitelné, a dále proto, že zobecnění provedené z dat výběrového souboru považujeme pro daný účel zkoumání za dostatečně přesné a z hlediska poznání za reprezentativní.

Zkoumané vlastnosti statistického souboru sleduje statistika prostřednictvím měřitelných vlastností statistických jednotek, které vyjadřuje tzv. statistickými znaky. Statistický znak nabývá slovních nebo číselných hodnot a je zjišťován u každé statistické jednotky statistického souboru. Jestliže ve statistickém souboru pracujeme jen s jedním znakem (s jednou proměnnou), říkáme, že se jedná o jednorozměrný soubor, máme-li současně více znaků, jde o dvou-, tří-, resp. obecně vícerozměrný soubor.

- *Charakteristiky úrovně*

Úroveň jevů vyjadřovaných kvantitativními znaky vyjadřují střední hodnoty. Ty v koncentrované podobě shrnují informaci obsaženou v údajích o statistickém znaku. Hlavní skupinu středních hodnot tvoří průměry (aritmetický, geometrický a harmonický průměr), jejichž společnou vlastností je, že jsou určovány ze všech naměřených hodnot znaku. Druhou skupinu středních hodnot tvoří tzv. poziční střední hodnoty (medián a modus), které jsou určeny pozicí některých jednotek souboru.

- *Charakteristiky variability*

Variabilitou (měnlivostí) kvantitativního statistického znaku rozumíme kolísání hodnot této veličiny. Pokud soubor obsahuje všechny hodnoty stejné ($x_i = \text{konstanta}$), mluvíme o nulové variabilitě. Kolísání hodnot v souboru můžeme posuzovat buď jako vzájemnou rozdílnost jednotlivých hodnot sledované veličiny, nebo jako rozdílnost jednotlivých hodnot od aritmetického průměru. Tento druhý princip měření variability převažuje. Měření variability lze využít k hodnocení stejnorodosti (homogenity) souboru a také k posuzování kvality informace, kterou o úrovni hodnot v souboru poskytla některá ze středních hodnot. Vycházíme přitom z úvahy, že čím je soubor stejnorodější, s menší variabilitou, tím je např. aritmetický průměr výstižnější z hlediska hodnocení úrovně hodnot souboru. Hlavně však se s mírami variability setkáme při zkoumání závislosti mezi jevy. K základním charakteristikám variability patří variační rozpětí, rozptyl, směrodatná odchylka a variační koeficient.

Výchozí etapou statistické analýzy by měl být jednorozměrný popis dat. Jde především o zjištění četností jednotlivých kategorií a jejich prezentaci pomocí *tabulek* či *grafů*, nejlépe pomocí sloupcového (výsečový graf by měl být použit pouze pro nominální proměnnou). Datový soubor je obvykle pořizován za účelem zkoumání vztahů mezi proměnnými. V rámci vícerozměrné statistické analýzy zaujímá speciální postavení zkoumání vztahů pro dvě proměnné. Někdy se jako vícerozměrné označují ty metody, které zkoumají vztah tří a více proměnných (ve smyslu zkoumání více než dvou proměnných). Statistické analýzy je možné provádět s využitím různých programových produktů (Souček, 2006; Hindls, Hronová, Seger & Fischer, 2007).

C LOGICKÉ METODY (TEORETICKÝ VÝZKUM)

Metody logické, které zahrnují množinu metod využívajících principy logiky a logického myšlení. Patří k nim trojice „párových metod“:

- *abstrakce – konkretizace*
- *analýza – syntéza*
- *indukce – dedukce.*

V praxi konkrétního vědeckého výzkumu se tyto metody vzájemně doplňují, kombinují a samozřejmě ve svém účinku překrývají a tím vytvářejí i určitou synergii.

- *Abstrakce - konkretizace*

Abstrakce je myšlenkový proces, v jehož rámci se u různých objektů vydělují pouze jejich podstatné charakteristiky (nepodstatné se neuvažují), čímž se ve vědomí vytváří model objektu obsahující jen ty charakteristiky či znaky, jejichž zkoumání nám umožní získat odpovědi na otázky, které si klademe.

Konkretizace je opačný proces, kdy vyhledáváme konkrétní výskyt určitého objektu z určité třídy objektů a snažíme se na něj aplikovat charakteristiky platné pro tuto třídu objektů.

- *Analýza - syntéza*

Analýza je proces faktického nebo myšlenkového rozčlenění celku (jevu, objektu) na části. Je to rozbor vlastností, vztahů, faktů postupující od celku k částem. Analýza umožňuje odhalovat různé stránky a vlastnosti jevů a procesů, jejich stavbu, vyčleňovat etapy, rozporné tendence apod. Analýza umožňuje oddělit podstatné od nepodstatného, odlišit trvalé vztahy od nahodilých. Při analýze postupujeme logicky systémem „shora dolů“. Problémem je, do jaké úrovně podrobnosti (granularity) analýzu provést, abychom si již byli jisti, že jsme dostatečně poznali chování a charakteristiky prvků a jevů v systému.

Syntéza znamená postupovat od části k celku. Dovoluje poznávat objekt jako jediný celek. Je to spojování poznatků získaných analytickým přístupem. Syntéza tvoří základ pro správná rozhodnutí. Oba myšlenkové pochody (analýzu a syntézu), podobně jako abstrakci a konkretizaci, nelze chápat odděleně, izolovaně. Je důležité důmyslně rozebírat jev na menší složky a z nich potom sestavit celek. Syntéza logicky probíhá zdola nahoru, není to však pouhé skládání jednotlivých částí, ale je to způsob odhalování nových vztahů a zákonitostí.

- *Indukce - dedukce*

Deduktivní přístup vychází z pozitivismu. Nejprve na základě teorie formuluje hypotézy a pomocí logického uvažování a již známých faktů testuje tuto hypotézu. K tomu využívá především kvantitativní data. Deduktivní přístup bývá často realizován průzkumem pro odhalování kauzálních vztahů mezi proměnnými. *Induktivní přístup*, který je typický pro sociální vědy, vychází z konstruktivismu a pracuje především s kvalitativními daty. Sběru dat se využívá k získání několika různých pohledů na daný problém (v závislosti na účelu zkoumání). Na základě zjištěných poznatků se vytváří hypotézy, které se následně testují za účelem zobecnění a tím i vzniku „nové“ teorie. Induktivním přístupem bývají spojovány případové studie pro řešení otázek „proč“ a „jak“ a vyžaduje hlubší pochopení dané problematiky. Často se jedná o exploratorní (mapující) výzkum, kdy není zvykem

na začátku práce stanovovat hypotézy. Ty mohou být naopak jedním z výstupů práce, jako východisko pro navazující výzkum. Indukce je proces vyvozování obecného závěru na základě poznatků o jednotlivostech. Indukce zajišťuje přechod od jednotlivých soudů k obecným. Induktivní závěr lze považovat za hypotézu, protože nabízí vysvětlení, i když těchto vysvětlení může být v praxi více. Závěry induktivních myšlenkových pochodů jsou vždy ovlivněny subjektivními postoji (zkušenostmi, znalostmi) a mají proto omezenou platnost. Indukce se objeví všude tam, kde pozorujeme nějaký fakt (jev, vlastnost) a ptáme se „Proč to je?“. Pro získání odpovědi si vytvoříme předběžné (nezávazné) vysvětlení (hypotézu) a tato hypotéza je přijatelná, jestliže nám vysvětlí, proč daný jev nastal. Dedukce je způsob myšlení, při němž od obecných závěrů, tvrzení a soudů přecházíme k méně známým, zvláštním. Vycházíme tedy ze známých, ověřených a obecně platných závěrů a aplikujeme je na jednotlivé, dosud neprozkoumané, případy. Dedukce je proces, ve kterém testujeme, zda vyslovená hypotéza je schopna vysvětlit zkoumaný fakt. Dedukce má význam jen jako článek myšlenkového řetězce, ve kterém se uplatňují i jiné typy myšlení (viz Kolbův cyklus dále).

- *Generalizace*

Generalizace (zobecnění) je vědeckou metodou, kdy je informace o jednotlivém jevu či objektu vztažena na celou třídu (skupinu) jevů či objektů. Podstatou je přisouzení vlastnosti zjištěné u užší skupiny skupině širší. Z poznání daného jednotlivého jevu či objektu, který je znám, je vyvozováno chování více jevů či objektů.

- *Analogie*

Jedná se o myšlenkový proces, při kterém na základě znalostí vztahů či procesů určitého jevu lze usuzovat o vlastnostech podobného jevu, který je zkoumán.

Metoda analogie je založena na využívání podobnosti znaků, prvků, struktury a reakcí. Protože analogické postupy a závěry jsou tvořeny jen s určitou pravděpodobností, jejich platnost se musí vždy prakticky ověřit.

- *Komparace*

Komparace (srovnání) je jednou z nejpoužívanějších vědeckých metod práce. Umožňuje stanovit shody a rozdíly jevů či objektů. Při srovnávání se zjišťují shodné či rozdílné stránky různých předmětů, jevů, úkazů či ukazatelů. Srovnávací kritérium může být vymezeno věcně, prostorově nebo časově. Na základě komparace lze vyslovovat vědecké závěry,

nicméně není to vědecká metoda nevyvratitelná a samotnou komparaci nelze použít jako přímý vědecký důkaz (Molnár, 2012).

D GEOGRAFICKÉ METODY - GIS

(GIS-Geografický informační systém-Geographical Information System). Obecně platí, že se jedná o metody, které pracují s prostorovými informacemi. Pojmem prostorová data se označují taková data, která se vztahují k určitým místům v prostoru a pro která jsou známy lokality těchto míst. To znamená, že víme, kde se daná místa vyskytují, známe jejich polohu a jsme schopni tuto polohu určit. Nejčastěji jsou prostorová data prezentována v podobě map. Český program JANITOR patří mezi open source programy, je z nabízených softwarových produktů nejdostupnější, má navíc i českou lokaci. Janitor umožňuje práci s daty získanými terénním průzkumem. V agrárních výzkumech umožňuje např. generovat mapové výstupy s identifikací objemu produkce na jednotlivých farmách (JANITOR, n. d.). V práci jsou využity zjednodušené mapové verze znázorňující lokalizaci produkce bez ohledu na její velikost.

E METODY STRATEGICKÉ ANALÝZY

- *SWOT analýza*

SWOT analýza je metoda, jejíž pomocí je možno identifikovat silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky, příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats), spojené s určitým projektem, typem podnikání, podnikatelským záměrem, politikou (ve smyslu opatření) apod. Jedná se o metodu analýzy užívanou především v marketingu, ale také např. při analýze a tvorbě politik (*policy analysis*). Díky tomu je možné komplexně vyhodnotit fungování např. firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. Je součástí strategického (dlouhodobého) plánování.

Základ metody spočívá v klasifikaci a ohodnocení jednotlivých faktorů, které jsou rozděleny do 4 výše uvedených základních skupin. Vzájemnou interakcí faktorů silných a slabých stránek na jedné straně vůči příležitostem a nebezpečím na straně druhé lze získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí úroveň jejich vzájemného střetu.

Výstupem kompletní analýzy SWOT je chování „subjektu“, které maximalizuje přednosti a příležitosti a minimalizuje své nedostatky a hrozby (SWOT, n. d.).

Vzhledem k tomu, že SWOT analýza je velmi univerzální a jednou z nejpoužívanějších analytických technik, je její využití v praxi velmi široké. Primárně byla vymyšlena pro hodnocení celé organizace (pro strategické řízení a rozhodování), ale použít

ji lze téměř na cokoliv. Je možné ji použít pro organizaci /podnik jako celek nebo pro jednotlivé oblasti, produkty nebo jiné záměry (SWOT analýza, n. d.).

Obrázek 22: SWOT analýza



Zdroj: SWOT analýza, n. d.

- *PESTLE – STEP analýza*

PESTLE je akronym počátečních písmen různých typů vnějších faktorů: politických, ekonomických, sociálních, technologických, legislativních a ekologických. Podstatou PESTLE analýzy je identifikovat pro každou skupinu faktorů ty nejvýznamnější jevy, události, rizika a vlivy, které ovlivňují nebo budou ovlivňovat daný subjekt. Bývá použita jako vstup analýzy vnějšího prostředí do SWOT analýzy.

Někdy se používá také zjednodušená varianta označovaná jako PEST analýza (politické, ekonomické, sociální a technologické faktory). Dalšími alternativami jsou např. STEEPLD a STEER analýza zahrnující v prvním případě etické a demografické faktory, v druhém případě regulující faktory (PESTLE analýza, n. d.).

Výše uvedené metody jsou v předkládané práci zjednodušeně aplikovány na oblast specifického produkčního odvětví (ekologického zemědělství) a specifického segmentu trhu (trhu bioprodukce).

4 Situační analýza ekologického zemědělství a trhu biopotravin (Jihočeský kraj)

4.1 Ekologické zemědělství

4.1.1 Ekologické farmy

V České republice i v Jihočeském kraji dochází v průběhu let 2008-2014 k nárůstu počtu ekofarem. V roce 2014 vykázal Registr ekologických podnikatelů (REP) v České republice 3 859 subjektů s aktivní registrací a v Jihočeském kraji 604 subjektů. Porovnáme-li data v roce 2008 a 2014 (tabulka 2), vidíme dynamický nárůst v České republice o cca 100 %, v Jihočeském kraji dokonce o 154 %. Ve srovnání s rokem 2011 lze však registrovat v ČR přechodný pokles počtu ekofarem o cca 1,5 %, v Jihočeském kraji však pokračoval mírný nárůst, a to o 12 %. Souvislosti byly naznačeny v literární rešerši.

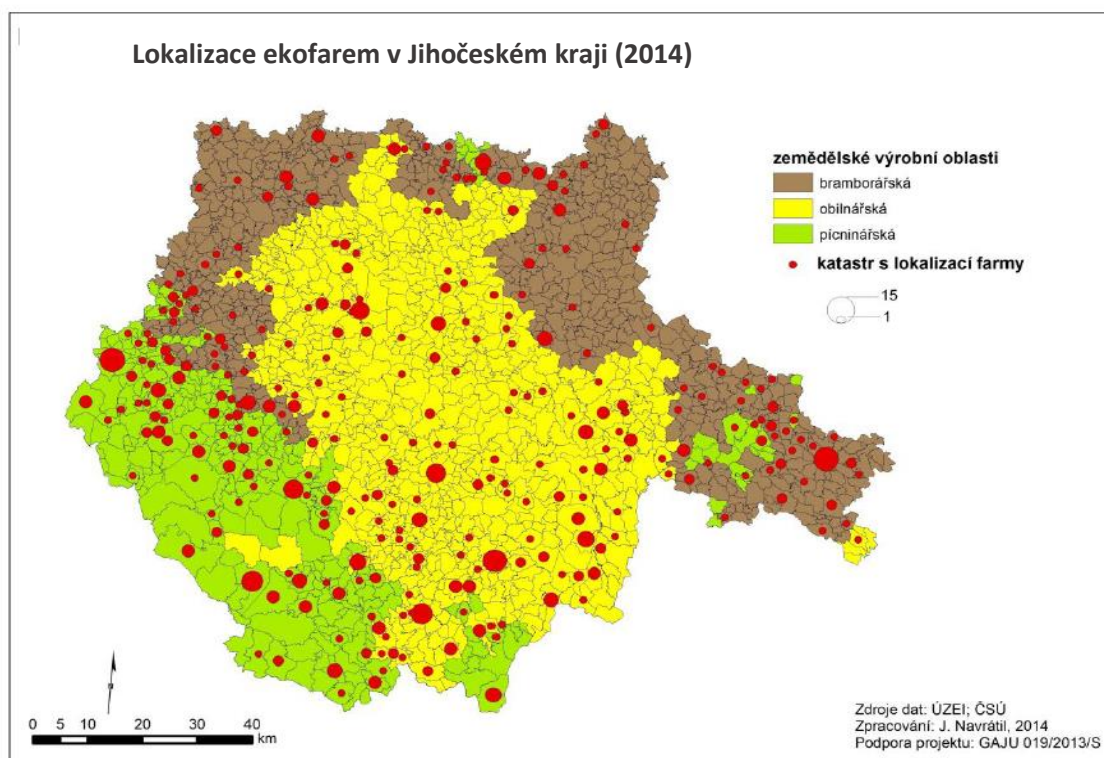
Tabulka 2: Počet ekofarem (2008, 2011 a 2014; ČR a Jihočeský kraj)

Farmy	Rok	Počet farem	Nárůst oproti předchozímu období (%)
ČR	2008	1 934	*
	2011	3 920	+ 103
	2014	3 859	- 1,5
Jihočeský kraj	2008	238	*
	2011	538	+ 126
	2014	604	+ 12

Zdroj: ÚZEI, zpracování GAJU

Největší počet ekologických farem v roce 2014 vykázaly okresy Prachatice (23 %), České Budějovice (19 %) a Jindřichův Hradec (17 %).

Obrázek 23: Lokalizace ekofarem (Jihočeský kraj, 2014)



Zdroj: Data ÚZEI, MZe a ČSÚ, zpracování GAJU 2014

4.1.2 Zemědělská půda

Poznámka: V následujících analýzách jsou využity následující zkratky: OP - orná půda, TK - trvalé kultury, TTP - trvalé travní porosty, PO - přechodné období, EZ(P) - ekologické zemědělství v „plném“ režimu EZ (EZ po uplynutí PO, zpravidla s certifikovanou produkcí), EZ = EZ(P) + PO.

Zemědělská půda registrovaná v EZ za Jihočeský kraj vykázala mezi lety 2008 a 2014 nárůst o 48 % (tabulka 3). Přičemž nejvyšší nárůst v % vykázaly plochy TK, konkrétně o 271 % (reálně však o 481 ha). Absolutně nejvíce ha přibýlo v kategorii TTP, kde nárůst o 48 % představuje téměř 20 tis. ha. Nevýznamné nebyly ani změny v oblasti OP, nárůst o 33 % znamenal nárůst o 1 405 ha.

Tabulka 3: Struktura ZP v EZ (2008, 2011 a 2014; Jihočeský kraj)

Zemědělská půda	2008 (ha)	2011 (ha)	2014 (ha)	Změna 2014/2008 (%)
OP	4 255	7 769	5 660	33
TTP	41 367	59 306	61 384	48
TK	177	642	658	271
Celkem	45 799	67 717	67 702	48

Zdroj: Data ÚZEI, zpracování GAJU

- *Struktura zemědělské půdy za rok 2014 v Jihočeském kraji*

EZ vykázalo v Jihočeském kraji 8,3% podíl orné půdy (OP), 1% podíl trvalých kultur (TK) a 90,7% podíl trvalých travních porostů (TTP) na zemědělské půdě. ČR jako celek měla o 4 % body vyšší zastoupení OP. Situace plně odpovídá koncentraci ekologického zemědělství v Jihočeském kraji v horských a podhorských LFA oblastech s významným zastoupením bramborářské a zejména pícninařské výrobní oblasti.

- *Půda v přechodném období*

V roce 2014 bylo obhospodařováno v přechodném období celkem 3 223 ha, tj. 4,6 % půdy v EZ.

4.1.3 Orná půda

Rok 2014: Plocha orné půdy v ekologickém zemědělství v ČR činila celkem 56 335 ha a zaujímala tak 11,8% podíl na celkové zemědělské půdě v EZ. Jednalo se o pokles ve výměře OP o 5 % oproti situaci z roku 2011 (absolutně o cca 3 000 ha). Mírně kleslo zastoupení OP ve struktuře využití ZP, a to ve prospěch TTP.

V Jihočeském kraji se ekologicky obhospodařovaná orná půda podílela na celkové výměře zemědělské půdy v EZ 5 660 ha (8,3 %). Výměry OP poklesla ve srovnání s rokem 2011 o 2 109 ha (27 %). Na celkové ploše ekologicky obhospodařované orné půdy v ČR tato plocha vykazovala podíl 10,4 %.

Ve struktuře ploch OP se největší změny týkaly plochy obilovin, která vykazovala v roce 2014 51,2% podíl na OP (nárůst o 9,1 % bodů). Přitom výměra ploch obilovin poklesla od roku 2011 o 370 ha. Relativně nejvíce poklesla výměra ploch s produkcí biozeleniny, kde se plocha cca 7 ha zredukovala na necelé 2 ha. Obdobně plochy technických plodin poklesly cca na 1/3 ploch z roku 2011. Díky celkové malé výměře se toto projevilo ve struktuře ploch OP poklesem o 4,5 % bodů.

Ornou půdou disponuje 193 farem (39 % subjektů).

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha orné půdy v ekologickém zemědělství činila v ČR celkem 59 281 ha a zaujímala tak 12,28% podíl na celkové zemědělské půdě v EZ.

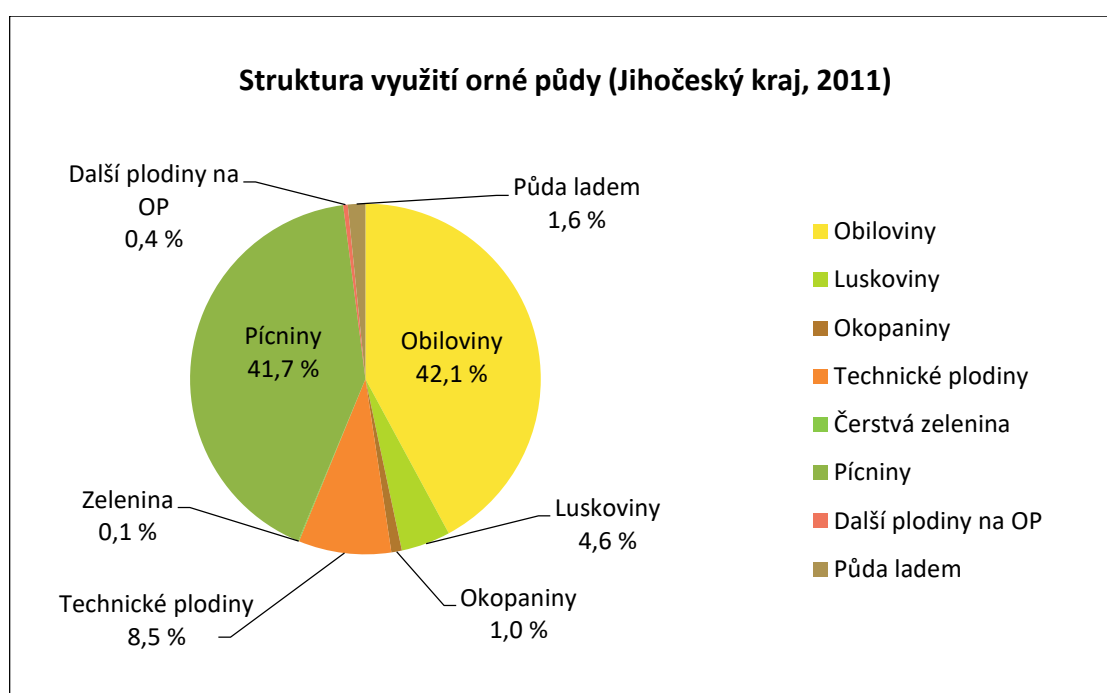
V Jihočeském kraji se ekologicky obhospodařovaná orná půda podílela na celkové výměře zemědělské půdy v EZ 7 769,04 ha (11,47 %). Na celkové ploše ekologicky obhospodařované orné půdy v ČR tato plocha vykazovala podíl 13,11 %.

⇒ *Struktura využití orné půdy*

Kategorie zemědělských plodin uplatněných na OP: obiloviny, luskoviny, okopaniny, technické plodiny, čerstvá zelenina, pícniny, další plodiny na OP.

Zastoupení jednotlivých kategorií představuje obrázek 24. Největší plochy orné půdy byly využity pro produkci obilovin (42,11 %) a pícnin (41,70 %). Významnější pozici zaujímaly rovněž kategorie technické plodiny (8,55 %) a luskoviny (4,55 %). Nejmenší plochy orné půdy pak sloužily k produkci okopanin (1 %), dalších plodin na OP (0,4 %) a čerstvé zeleniny (0,09 %).

Obrázek 24: Struktura využití OP (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, zpracování GAJU

Podíl OP obhospodařovaný v rámci přechodného období byl téměř shodný s podílem OP v rámci plného režimu ekologického zemědělství. Konkrétně se jednalo o plochy 3 634,47 ha (46,78 %) v PO a 4 134,57 ha (53,22 %) v EZ(P). Na celkové ploše OP v PO byly nejvíce zastoupeny pícniny na OP (46,27 %), obiloviny (33,1 %) a technické plodiny (14,49 %).

Tabulka 4 uvádí data srovnávající strukturu plodin na OP v roce 2008, 2011 a 2014. Největší % změny (2014/2008) se týkaly ploch čerstvé zeleniny (230 %; v absolutním vyjádření je však nárůst jen na úrovni 1,4 ha). Absolutně nejvíce narostly plochy pícnin na OP (871 ha) a obilovin (641 ha).

Tabulka 4: Plodiny na OP (2008, 2011a 2014; Jihočeský kraj)

Produkce na OP	2008 (ha)	2011 (ha)	2014 (ha)	Změna 2014/2008
Obiloviny	2 258	3 276	2 899	28 %
Luskoviny	159	354	146	- 8 %
Okopaniny	74	75	68	- 8 %
Technické plodiny	286	664	230	- 20 %
Pícniny	1 276	3 239	2 147	68 %
Zelenina a jahody	0,6	7	2	230 %

Zdroj: Data ÚZEI, zpracování GAJU

OBILOVINY

Rok 2014: Plocha obilovin v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 24 255 ha a podílela se tak 44,6 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované obiloviny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 2 899 ha (51,2 %). Mezi lety 2011 a 2014 plocha obilovin poklesla o 377 ha (-11,5 %), % zastoupení na OP se i přes to zvýšilo o 9,1 % bodu. Plochy s produkcí obilovin v Jihočeském kraji se podílely na OP s produkcí obilovin v ČR 11,9 %. Pěstování obilovin se věnovalo 86 farem, včetně režimu PO pak 90 farem.

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha obilovin v ekologickém zemědělství v ČR zaujímala celkem 24 381,61 ha a podílela se tak 41,1 % na celkové orné půdě v EZ.

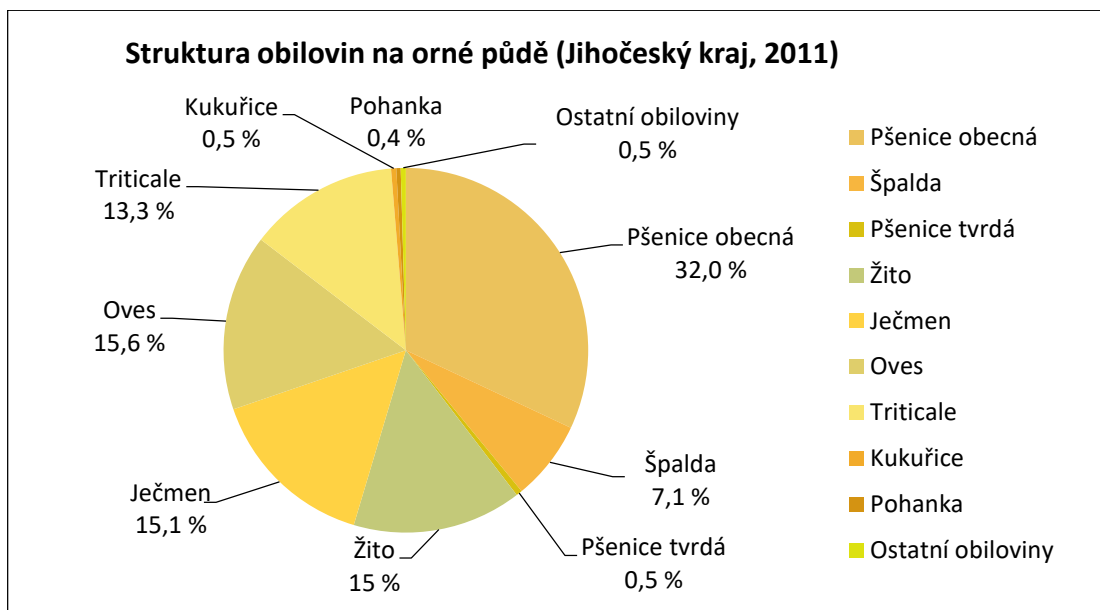
V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované obiloviny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 3 276 ha (42,1 %).

⇒ *Kategorie ekologicky pěstovaných obilovin: pšenice obecná, pšenice tvrdá, špalda, žito, ječmen, oves, triticales, kukuřice, pohanka a ostatní obiloviny.*

Obrázky 25, 26 a 27 představují strukturu pěstovaných obilovin, geografické rozmístění farem s touto produkcí a způsoby uplatnění produkce. Vychází z dat poskytnutých ÚZEI, MZe a ČSÚ v roce 2013 a 2014 (data zachycují stav roku 2011).

⇒ *Struktura obilovin*

Obrázek 25: Struktura obilovin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: ÚZEI 2011, zpracování GAJU 2013

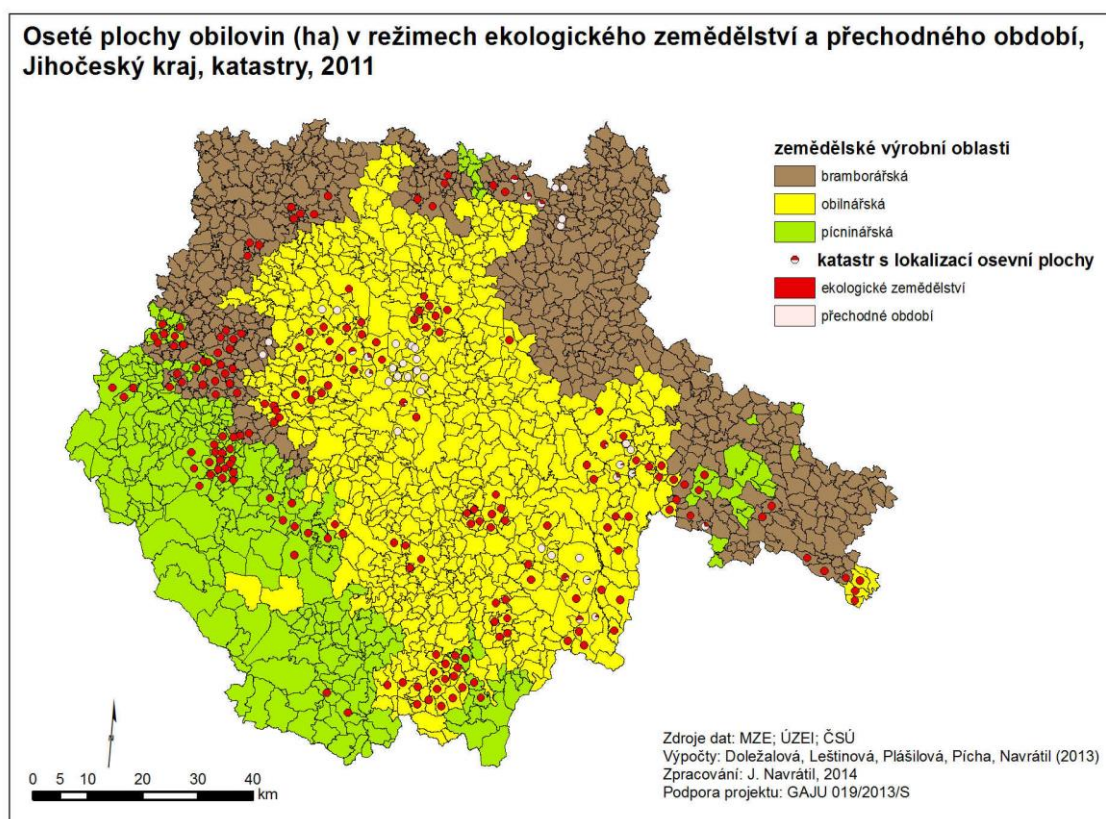
Největší zastoupení měla v roce 2011 pšenice obecná. Byla pěstována na orné půdě o rozloze 1 046,71 ha, což představovalo 31,99 % celkové plochy orné půdy s produkcí obilovin v Jihočeském kraji. Oves (511,14 ha), ječmen (495,35 ha), žito (491,29 ha) a triticale (435,95 ha) zaujímaly téměř shodné podíly na úrovni 13-16 % plochy obilovin. Špalda byla pěstována na orné půdě o rozloze 231,1 ha a nejmenší plochy o rozlohách 17,76 ha, 15,11 ha, 14,88 ha a 12,57 ha pak sloužily k produkci pšenice tvrdé, kukuřice, ostatních obilovin a pohanky.

Většina obilovin byla pěstována v plném režimu EZ (2 069 ha; 63,3 %). V režimu PO byly nejvíce pěstovány pšenice obecná (64,2 %), triticale (13,2 %) a oves (12 %).

⇒ *Rozmístění ekologické produkce obilovin*

Obrázek 26 poskytuje náhled na rozmístění ekologické produkce obilovin (červené body) a produkce obilovin v režimu přechodného období (bílé body) na území Jihočeského kraje. Vysoká intenzita osetých ploch v ekologickém zemědělství EZ(P) byla v oblasti Kaplicka, Strakonicka a Prachaticka. Další plochy se nacházely rovnoměrně na území celého kraje, a to zejména v obilnářské zemědělské výrobní oblasti (žlutě vyznačená plocha na mapě). Obiloviny v režimu PO lze nalézt v severozápadní části Českobudějovicka a rovněž na několika lokalitách v blízkosti Trhových Svinů a Třeboně.

Obrázek 26: Produkční mapa obilovin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

Pěstováním obilovin se v roce 2011 zabývalo celkem 96 farem, z toho 47 farem v EZ(P) (bez produkce v PO).

- Největší pěstitelé obilovin v EZ(P): *AGRA Zvíkov spol. s r.o.* (456,55 ha), *Šumava, a.s.* (249,33 ha) a *Kocourek KG, organizační složka* (228,4 ha).

Farmy se nejčastěji věnovaly pěstování ovsa (58, z toho 33 v EZ(P)) a pšenice obecné (36, 15 v EZ(P)). Shodně 26 farem pěstovalo ječmen a triticales (ječmen v EZ(P) produkovalo 12 farem a triticales v EZ(P) 9 farem). 14 farem (9 v EZ(P)) pěstovalo žito, 6 farem biošpaldu (vše EZ(P)) a pouhé 3 farmy (2 EZ(P)) obhospodařovaly plochy s tvrdou pšenicí.

⇒ *Produkce obilovin*

V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno celkem 5 824,09 t ekologicky pěstovaných obilovin, což představuje 11,79% podíl na celkové produkci bioobilovin v ČR (celkem 49 404,56 t).

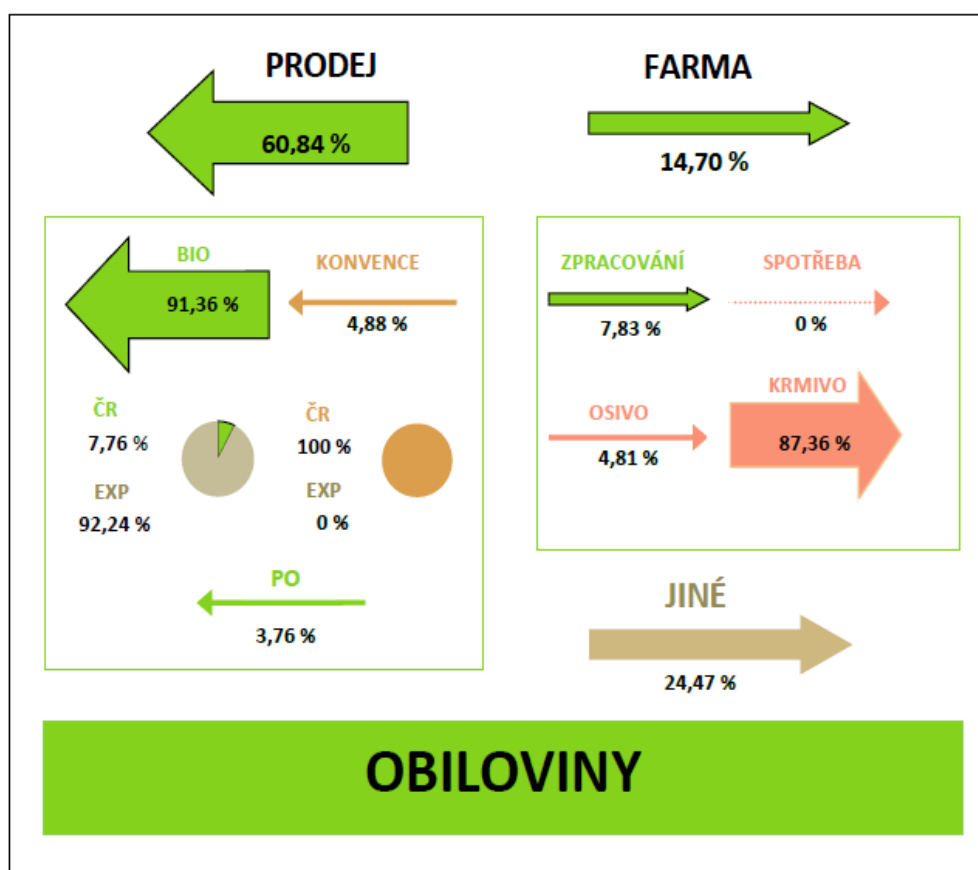
⇒ Uplatnění obilovin

Způsoby uplatnění ekologicky pěstovaných obilovin představuje obrázek 27. Z celkové produkce 5 824,09 t bylo 60,8 % (3 543,19 t) obilovin prodáno, 14,7 % (855,95 t) spotřebováno na farmě a 24,5 % (1 424,95 t) využito k jiným účelům.

91,3 % prodaných obilovin bylo realizováno jako bioprodukt, avšak téměř celý tento podíl produkce byl exportován do zahraničí. Pouze 4,9 % objemu prodeje bylo realizováno na trhu konvenčním, a to výhradně na trhu tuzemském. Jako produkt z PO bylo prodáno 3,8 % obilovin z celkového objemu prodeje.

Na farmě byly obiloviny využity převážně jako krmivo (87,4 % objemu spotřebovaného na farmě), případně byly zpracovány (7,8 %) nebo využity jako osivo (4,8 %).

Obrázek 27: Uplatnění produkce obilovin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

• Objem produkce jednotlivých druhů ekologicky pěstovaných obilovin

Přestože největší plocha orné půdy patřila pšenici, nejvyšší produkce byla vykázána u ovsa (1 259,21 t; celkově 8 635,99 t v ČR), žita (1 200,76 t; 4 006,86 t v ČR) a ječmene (1 070,40 t; 5 770,64 t v ČR). Pšenice bylo vyprodukováno celkem 973,85 t (13 824,71 t

v ČR), špaldy 714,05 t (5 637,6 t v ČR), triticales 590,10 t (6 706,51 t v ČR) a nejméně pak pohanky (15,72 t; 1 309,45 t v ČR).

Kromě výše uvedených obilovin byla v této kategorii plodin pěstována rovněž kukuřice na zrno. Její produkce byla v průběhu roku 2011 odhadována na 20 t, v datech týkajících se odbytu bioprodukce z konce daného roku ovšem blíže vyčíslena nebyla.

- *Způsoby uplatnění produkce u jednotlivých druhů obilovin*

Produkce *pohanky* byla v celé míře prodána, konkrétně na tuzemský trh jako bioprodukt. 90,96 % produkce *špaldy* bylo prodáno, přičemž téměř všechna produkce skončila na zahraničním trhu jako bioprodukt, 1,01% podíl byl spotřebován na farmě jako osivo a 8,03 % bylo využito k jiným účelům. Další obilovinou s vysokým podílem prodeje (82,91 % produkce) byl *ječmen*, který byl také realizován převážně na zahraničním trhu s bioprodukty. 9,31 % ječmene bylo využito na farmě (většinou v podobě krmiva) a téměř 8 % bylo využito k jiným účelům. Poměr prodeje, spotřeby na farmě a využití k jiným účelům přibližně 60 : 20 : 20 (%) byl zaznamenán u *ovsa* a *pšenice*. V obou případech byla produkce, stejně jako u předchozích plodin, exportována jako bioprodukt na zahraniční trh. Méně než 40 % produkce bylo prodáno (opět zejména na zahraniční trh jako bioprodukt) *žita* a *triticales*. Obě plodiny byly dále spotřebovány na farmě, příp. jinak využity.

- *Export obilovin z jihočeských farem/farmy s největším objemem exportované produkce (2011):*

Špalda: *Kocourek KG, organizační složka* (427,75 t) a *AGRA Zvíkov spol. s r.o.* (177 t);

Ječmen: *Šumava, a.s.* (744,1 t);

Oves: *AGRA Zvíkov spol. s r.o.* (257 t), *Kocourek KG, organizační složka* (136,36 t) a *Farm & Forest Company, s.r.o.* (127,35 t);

Pšenice: *Farm & Forest Company, s.r.o.* (150 t) a *Krokovice, spol. s r.o.* (156 t);

Žito: *Kocourek KG, organizační složka* (148 t) a *Agrobiologica s.r.o.* (90 t);

Triticales: *Berthold Leibetseder spol. s r.o.* (45 t) a *Farm & Forest Company, s.r.o.* (45 t).



Technické plodiny

Rok 2014: Plocha technických plodin v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 3 101 ha a podílela se tak 5,7 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované technické plodiny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 230 ha (4,1 %). Oproti roku 2011 se plochy snížily o 434 ha (- 65,4 %).

Podíl na celkových plochách technických plodin v ČR činil 7,4 %, z toho olejniny pouze 2,2 % a LAKR (léčivé, aromatické a kořeninové rostliny) 11,4 %.

Pěstování technických plodin se věnovalo 11 farem, včetně režimu PO pak 13 farem. Konkrétně olejniny produkovaly 3 ekofarmy (celkově 4 při započtení ploch v PO), LAKR 4 (celkově 5) ekofarem.

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha technických plodin v ekologickém zemědělství v ČR zaujímala celkem 4 244,58 ha a podílela se tak 7,16 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované technické plodiny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 664 ha (8,55 %).

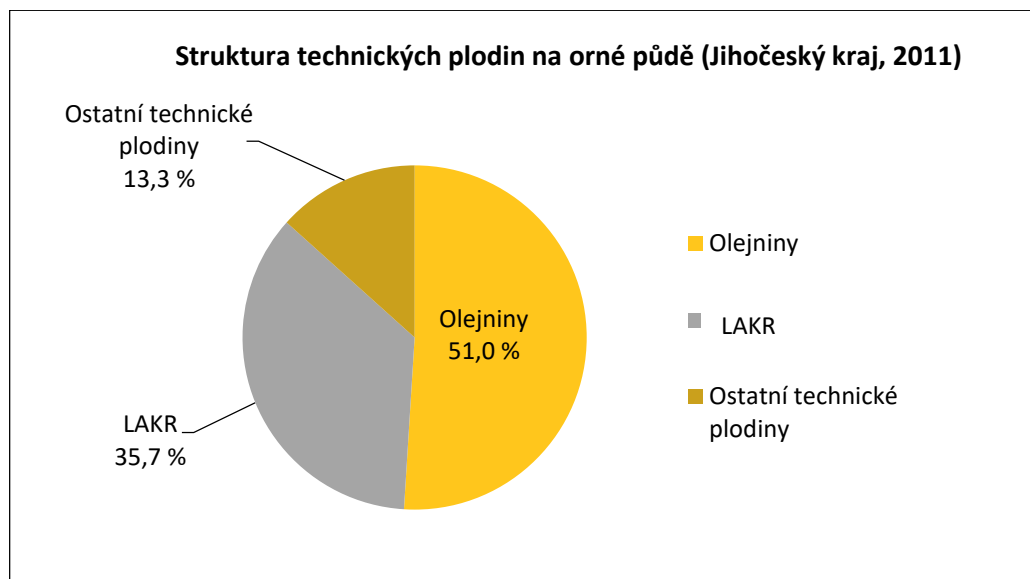
⇒ *Kategorie ekologicky pěstovaných technických plodin: olejniny, LAKR a ostatní technické plodiny.*

Obrázky 28, 29 a 30 představují strukturu pěstovaných technických plodin, geografické rozmístění farem s touto produkcí a způsoby uplatnění produkce. Vychází z dat poskytnutých ÚZEI, MZe a ČSÚ v roce 2013 a 2014 (data zachycují stav roku 2011).

Olejniny v roce 2011 v Jihočeském kraji zaujímaly plochu 338,59 ha (51 % celkové plochy technických plodin) a zahrnovaly zejména řepku a řepici, hořčici a další olejniny. Největší zastoupení na olejninách měly konkrétně řepka a řepice, a to rozlohou 277,08 ha (81,83 %). 236,84 ha ploch technických plodin (35,65 %) sloužilo k pěstování LAKR a na nejmenší ploše 88,64 ha (13,35 %) se pak pěstovaly ostatní technické plodiny.

⇒ *Struktura technických plodin*

Obrázek 28: Struktura technických plodin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: ÚZEI 2011, zpracování GAJU 2013

Cca 79 % technických plodin (526,57 ha) bylo pěstováno v přechodném období a 21 % v plném režimu ekologického zemědělství.

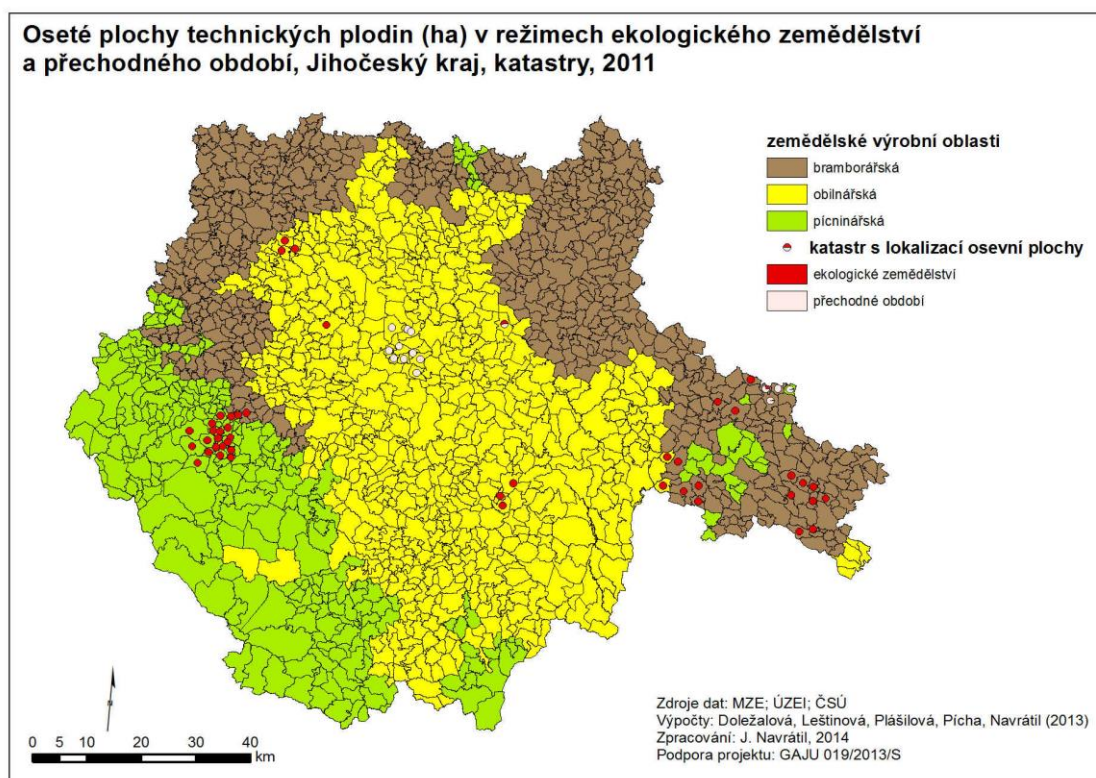
V období přechodu na ekologické zemědělství byly v roce 2011 pěstovány zejména olejniny (57,01 %) a LAKR (40,13 %).

V režimu PO bylo v roce 2011 konkrétně 88,66 % celkových ploch olejnin, 89,21 % ploch LAKR a 17 % ploch ostatních technických plodin.

⇒ *Rozmístění ekologické produkce technických plodin*

Nejvyšší koncentrace ploch technických plodin byla na Prachaticku a v okrese Jindřichův Hradec. Na obrázku 29 lze vidět rovněž lokalizaci technických plodin v přechodném období, a to na hranici okresů Strakonice, Písek a České Budějovice.

Obrázek 29: Produkční mapa technických plodin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

Technické plodiny pěstovalo v roce 2011 celkem 19 farem, z toho 11 farem pouze v plném režimu ekologického zemědělství (bez produkce v PO).

- Největší pěstitelé technických plodin v EZ(P): *EKOAREA s.r.o.* (43,78 ha), *FARMA PÍSEČNÉ, spol. s r.o.* (28,79 ha) a *ANIBAS s.r.o.* (19,57 ha).

⇒ *Produkce technických plodin*

V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 36,22 t ekologicky pěstovaných technických plodin, což představuje zhruba 3% podíl na celkové bioprodukci technických plodin v ČR (1 211,02 t).

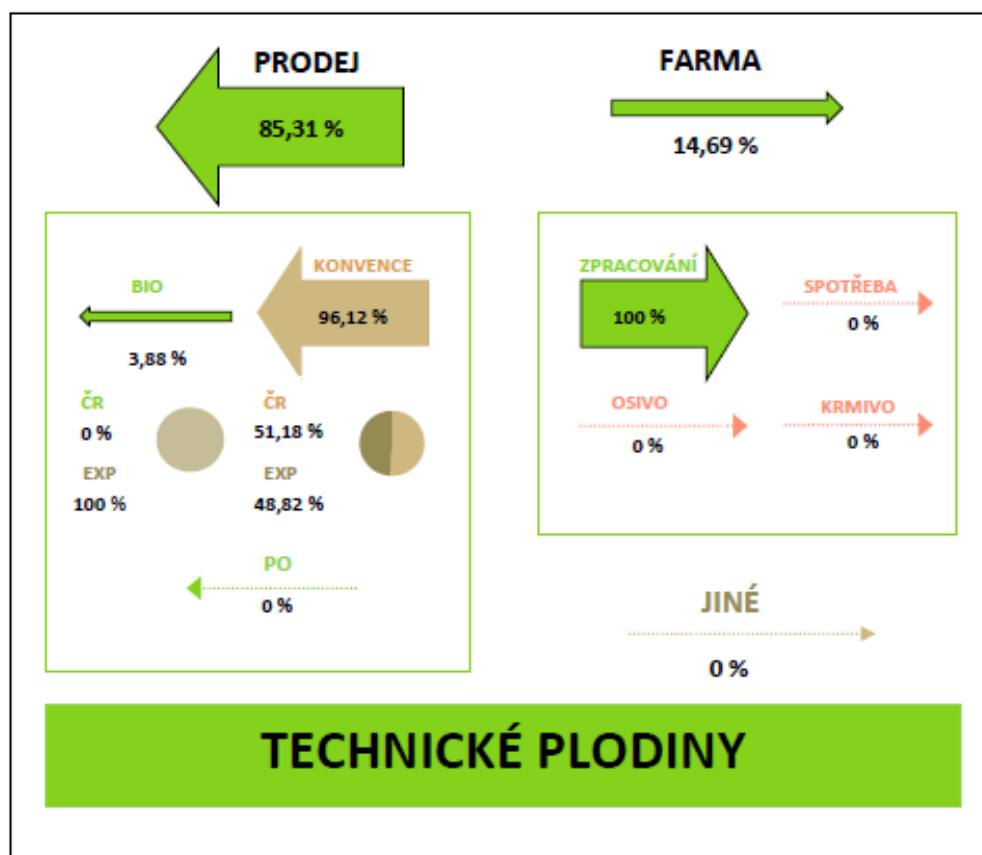
⇒ *Uplatnění technických plodin*

Způsoby uplatnění ekologicky pěstovaných technických plodin v roce 2011 představuje obrázek 30. Z celkové produkce 36,22 t bylo 85,3 % (30,9 t) technických plodin prodáno a 14,7 % (5,32 t) spotřebováno na farmě.

Pouze 3,9% podíl celkového objemu prodaných technických plodin byl realizován na trhu s bioprodukty, přičemž celá tato část produkce byla exportována do zahraničí. 96,1 % objemu prodeje bylo oproti tomu realizováno na trhu konvenčním, a to z poloviny v tuzemsku a z poloviny v zahraničí.

Na farmě byly technické plodiny výhradně dále zpracovány.

Obrázek 30: Uplatnění produkce technických plodin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

- V rámci technických plodin bylo vyprodukováno celkem 15,9 t olejnin (celkově 594,15 t ČR) a 20,32 t (538,32 t ČR) plodin v kategorii LAKR.

V případě olejnin byla celá produkce prodána, z toho 92 % na konvenčním (převážně zahraničním) trhu, 8 % olejnin bylo prodáno jako bioprodukt (opět na zahraničním trhu). Oproti tomu LAKR byly prodány ze 3/4 celkové produkce na domácím konvenčním trhu a zbytek (26 %) byl zpracován na farmě.

LUSKOVINY

Rok 2014: Plocha luskovin v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 1 771 ha a podílela se tak 3,3 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované luskoviny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 146 ha (2,6 %). Absolutně poklesly plochy luskovin oproti roku 2011 o 208 ha (- 58,8 %). Plochy luskovin v Jihočeském kraji se podílely na celkových plochách těchto plodin v ČR 8 %. Produkci luskovin se věnovalo 11 ekofarem.

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha luskovin v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 1 845,01 ha a podílela se tak 3,11 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované luskoviny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 354 ha (4,55 %).

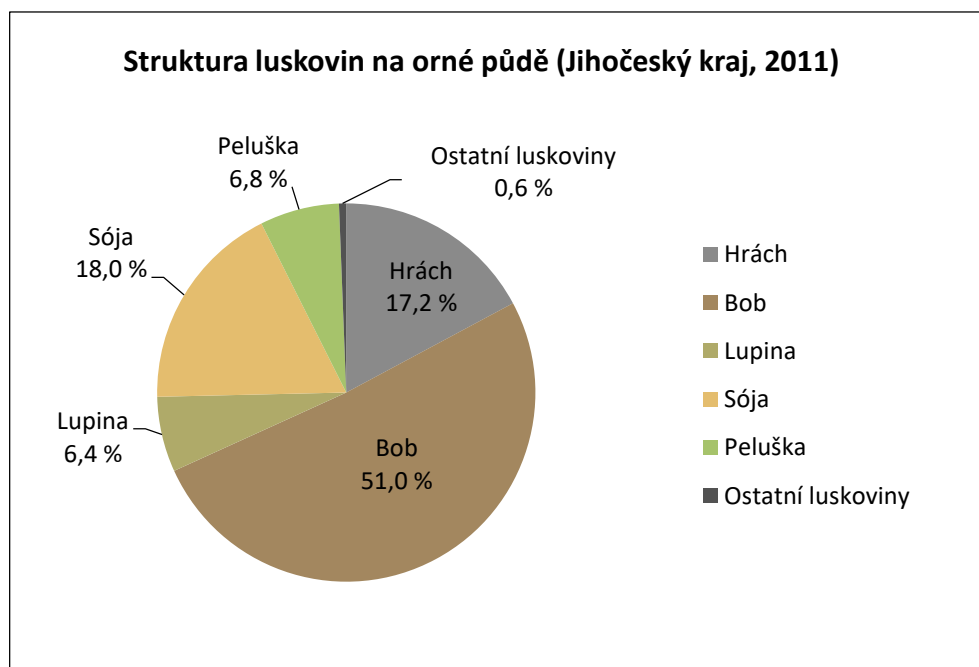
⇒ *Kategorie ekologicky pěstovaných luskovin: hrách, bob, lupina, sója, peluška a ostatní luskoviny.*

Obrázky 31-33 představují strukturu pěstovaných luskovin, geografické rozmístění farem s touto produkcí a způsoby uplatnění produkce. Vychází z dat poskytnutých ÚZEI, MZe a ČSÚ v roce 2013 a 2014 (data zachycují stav roku 2011).

⇒ *Struktura luskovin*

Zastoupení jednotlivých plodin je uvedeno v obrázku 31. Přibližně polovinu produkční plochy luskovin zaujímal bob (180,48 ha), sója (63,49 ha) a hrách (60,74 ha) se podílely téměř shodně 17 a 18 %, peluška (24,02 ha) a lupina (22,76 ha) pak zaujímaly 6 a 7 % celkové plochy luskovin.

Obrázek 31: Struktura luskovin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: ÚZEI 2011, zpracování GAJU 2013

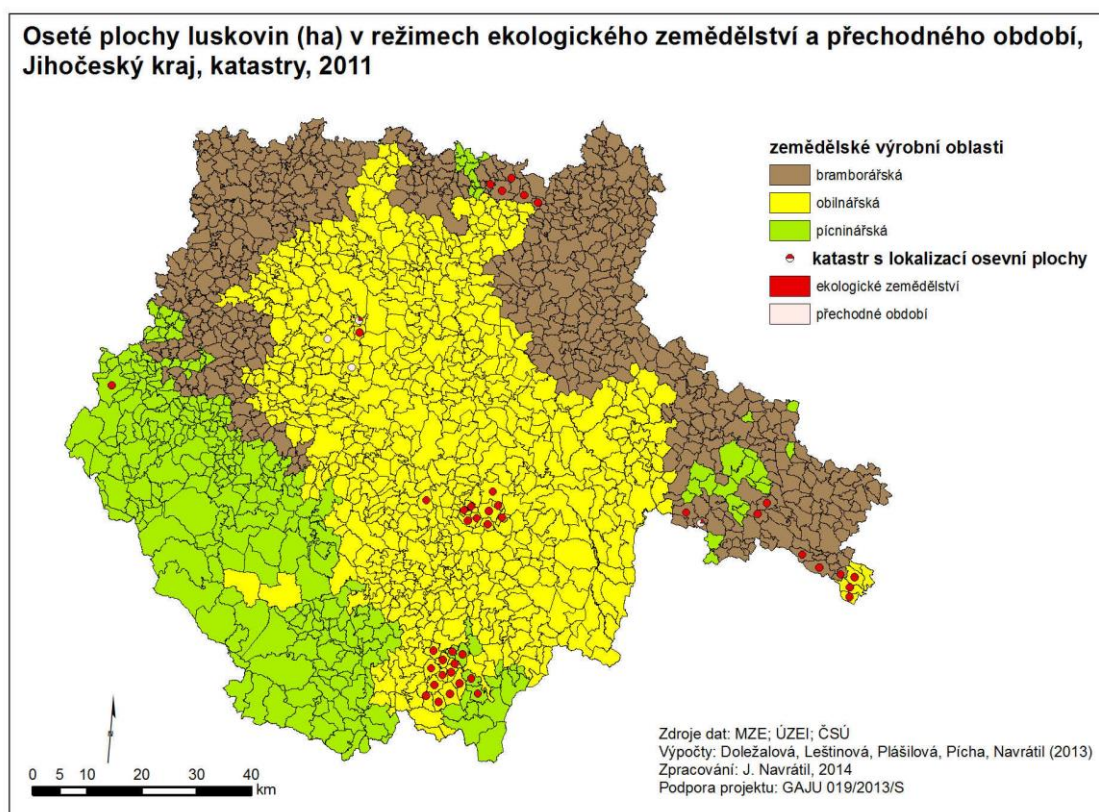
Podobně jako obiloviny, i luskoviny byly pěstovány převážně v plném režimu ekologického zemědělství (237,94 ha). V přechodném období bylo zemědělci obhospodařováno 115,73 ha, tedy zhruba 33 % ploch luskovin.

V režimu PO bylo v roce 2011 konkrétně 70,46 % ploch hrachu, 76,45 % ploch sóji a 0,92 % ploch pelušky.

⇒ *Rozmístění ekologické produkce luskovin*

Z produkční mapy luskovin (obrázek 32) je zřejmé, že nejvíce luskovin se pěstovalo na Kaplicku a v oblasti mezi Českými Budějovicemi a Třeboní. Méně intenzivně se plochy oseté luskovinami vyskytovaly i na Tábořsku a v jižní části Dačicka. Luskoviny v přechodném období lze dohledat v oblasti Vodňan.

Obrázek 32: Produkční mapa luskovin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

Pěstováním luskovin se v roce 2011 zabývalo celkem 18 farem, z toho 13 farem v plném režimu ekologického zemědělství (bez produkce v PO).

- Největší pěstitelé luskovin v EZ(P): *AGRA Zvíkov spol. s r.o.* (138,25 ha), *Kocourek KG, organizační složka* (30,09 ha) a *Krokovice, spol. s r.o.* (15,44 ha).

⇒ *Produkce luskovin*

V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 741,97 t ekologicky pěstovaných luskovin, což představuje 28,21% podíl na celkové produkci bioluskovin v ČR (2 630,18 t).

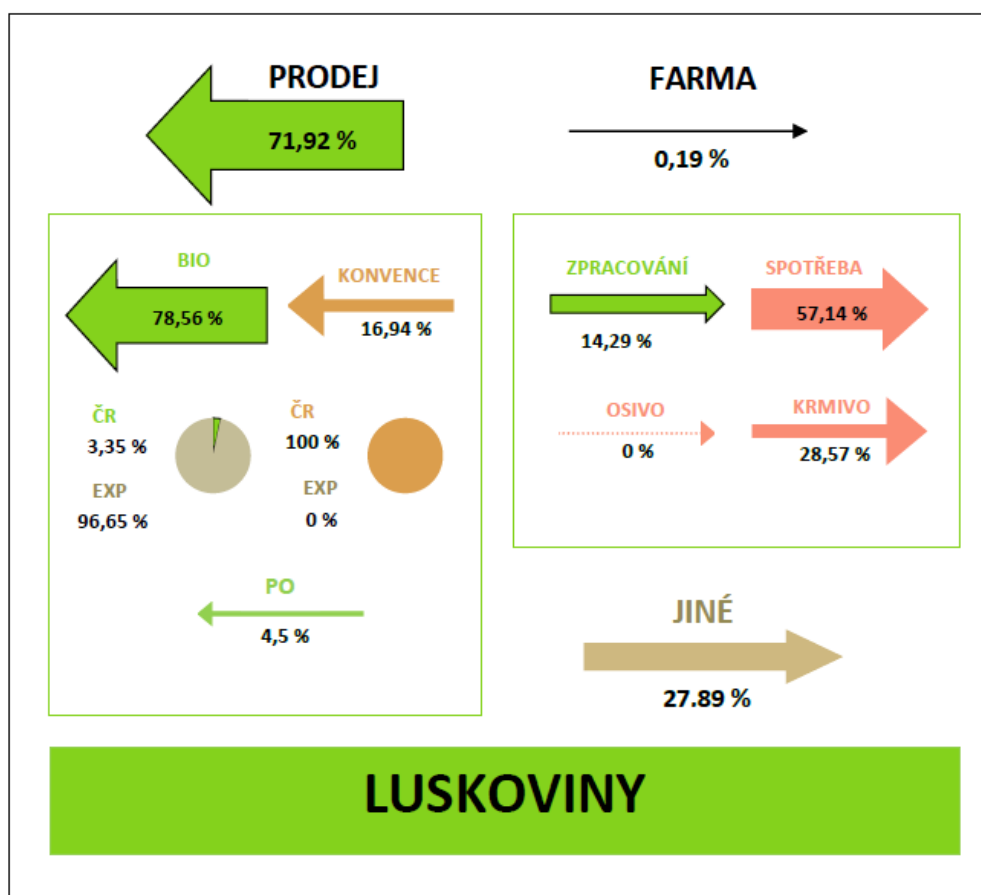
⇒ *Uplatnění luskovin*

Způsoby uplatnění ekologicky pěstovaných luskovin v roce 2011 uvádí obrázek 33. Z celkové produkce 741,97 t bylo 71,9 % (533,62 t) luskovin prodáno, 0,2 % (1,4 t) spotřebováno na farmě a 27,9 % (206,95 t) využito k jiným účelům.

78,6 % celkového objemu prodaných luskovin bylo realizováno na trhu s bioprodukty, přičemž téměř celá tato produkce byla exportována do zahraničí. Přibližně 16,9 % objemu prodeje bylo pak realizováno na trhu konvenčním, a to výhradně na trhu tuzemském. Jako produkt z PO bylo prodáno cca 4,5 % luskovin z celkového objemu prodeje.

Na farmě byly luskoviny využity převážně pro vlastní spotřebu (57,1 % objemu spotřebovaného na farmě) a jako krmivo (28,6 %), případně byly na farmě zpracovány (14,3 %).

Obrázek 33: Uplatnění produkce luskovin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

- *Export luskovin z jihočeských farem (2011)*

Největší množství bioprodukce luskovin směřovalo do zahraničí z farem *AGRA Zvíkov spol. s r.o.* (271 t) a *Kocourek KG, organizační složka* (78,88 t).



Okopaniny

Rok 2014: Plocha okopanin v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 249 ha a podílela se tak 0,5 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované okopaniny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 68 ha (1,2 %). Oproti roku 2011 poklesly plochy okopanin o 7 ha (- 9,3 %).

Plochy okopanin v Jihočeském kraji se podílely na celkových plochách těchto plodin v ČR 27 %. Produkci okopanin se věnovalo 27 ekofarem (30 farem včetně režimu PO).

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha okopanin v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 288,58 ha a podílela se tak 0,48 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované okopaniny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 75,35 ha (0,97 %).

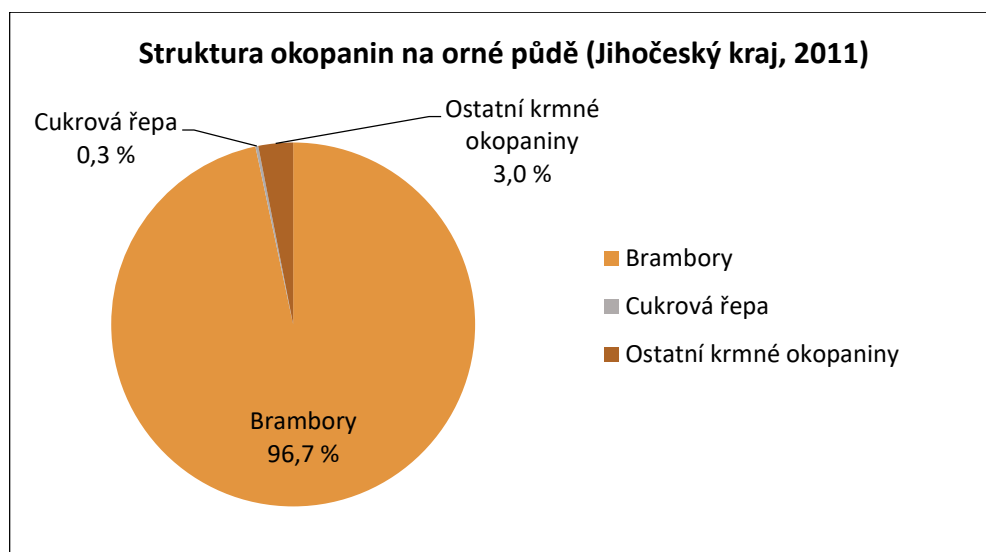
⇒ *Kategorie ekologicky pěstovaných okopanin: brambory, cukrová řepa a ostatní krmné okopaniny.*

Obrázky 34-36 představují strukturu pěstovaných okopanin, geografické rozmístění farem s touto produkcí a způsoby uplatnění produkce. Vychází z dat poskytnutých ÚZEI, MZe a ČSÚ v roce 2013 a 2014 (data zachycují stav roku 2011).

⇒ *Struktura okopanin*

Téměř celá orná půda s produkcí okopanin v Jihočeském kraji (72,84 ha; 96,67 %) byla v roce 2011 osázená bramborami (obrázek 34). Kromě brambor byly v rámci okopanin pěstovány také cukrová řepa (0,19 ha; 0,25 %) a ostatní krmné okopaniny (2,32 ha; 3,08 %). Obě kategorie plodin měly ovšem v porovnání s bramborami zanedbatelné zastoupení.

Obrázek 34: Struktura okopanin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: ÚZEI 2011, zpracování GAJU 2013

Téměř 85 % okopanin bylo pěstováno zemědělci v plném režimu ekologickém zemědělství, pouze 15,20 % v období konverze na ekologické zemědělství.

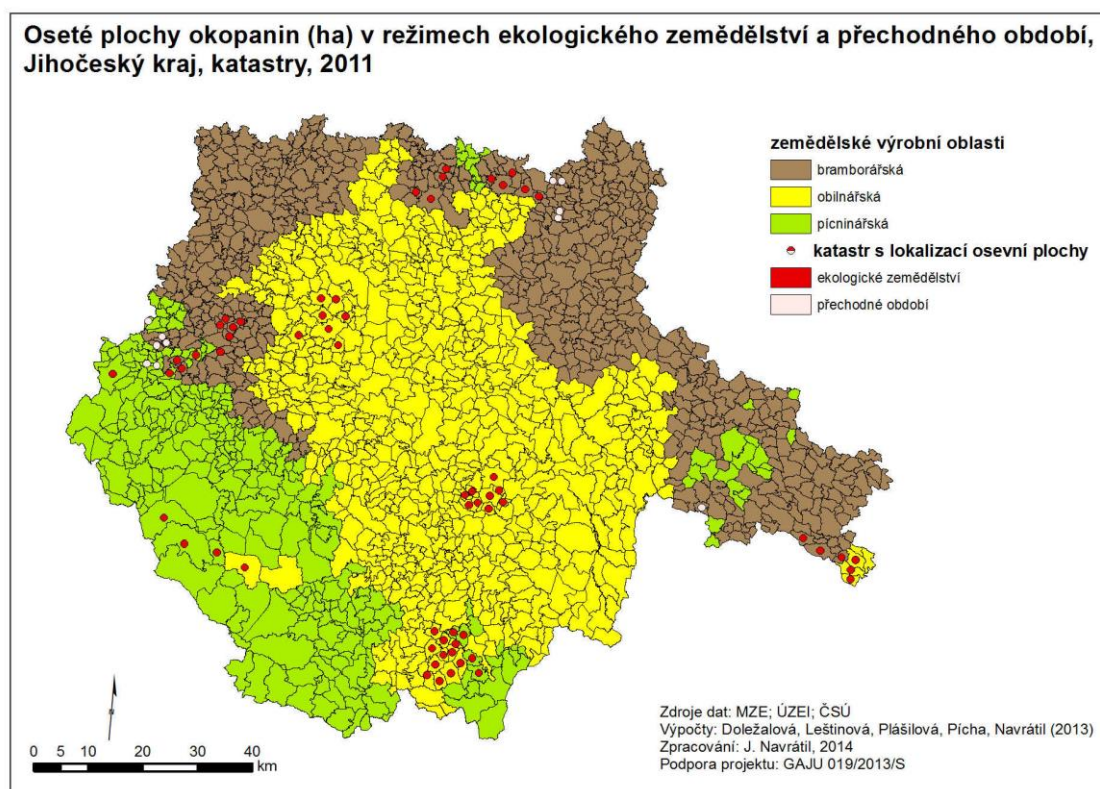
Na celkové ploše okopanin v PO se nejvíce podílely opět brambory (99,83% podíl). Cukrová řepa se v daném roce v přechodném období nevyskytovala vůbec a ostatní krmné okopaniny tvořily pouze 0,17 % okopanin v PO.

V režimu PO bylo v roce 2011 konkrétně 15,69 % celkových ploch brambor a 0,86 % ploch s ostatními krmnými okopaninami.

⇒ *Rozmístění ekologické produkce okopanin*

Produkční mapa na obrázku 35 zobrazuje plochy okopanin v Jihočeském kraji. Okopaniny byly soustředěny v roce 2011 v šesti hlavních oblastech. Nejvíce na Kaplicku a v jižní části Strakonicka (u Volyně), dále pak v severní části Milevska a Táborska, na hranici Českobudějovicka a Třeboňska, v jižní části Dačicka a na hranici mezi Strakonickem a Píseckem. Okopaniny v přechodném období byly pěstovány zemědělci rovněž v jižní části Strakonicka a severní části Táborska.

Obrázek 35: Produkční mapa okopanin (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

Pěstováním okopanin se v roce 2011 zabývalo celkem 30 farem (EZ(P) i PO), z toho 18 farem v plném režimu ekologického zemědělství (bez produkce v PO).

- Největší pěstitele okopanin v EZ(P): *AGRA Zvíkov spol. s r.o.* (18 ha), *Krokovice, spol. s r.o.* (16 ha) a *Hofstätter-Eko s.r.o.* (5,15 ha).

⇒ *Produkce okopanin*

V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 593,6 t ekologicky pěstovaných brambor, což představuje 15,94% podíl na celkové produkci biobrambor v ČR (3 722,81 t).

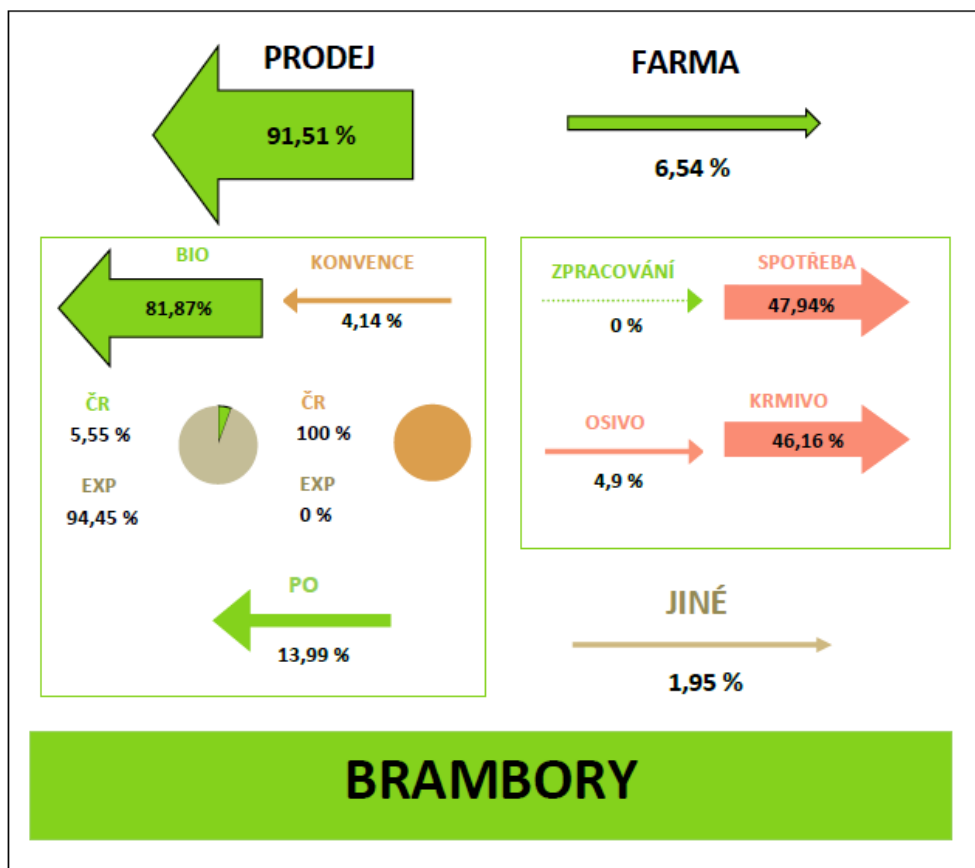
⇒ *Uplatnění okopanin - brambor*

Způsoby uplatnění ekologicky pěstovaných brambor v roce 2011 představuje obrázek 36. Z celkové produkce 593,6 t bylo 91,5 % (543,2 t) brambor prodáno, 6,5 % (38,8 t) spotřebováno na farmě a 2 % (11,6 t) využita k jiným účelům.

81,9 % celkového objemu prodaných brambor bylo realizováno na trhu s bioprodukty, přičemž téměř celá tato produkce byla exportována do zahraničí. Pouze 4,1 % objemu prodeje bylo realizováno na trhu konvenčním, a to výhradně na trhu tuzemském. Jako produkt z PO bylo prodáno 14 % brambor z celkového objemu prodeje.

Na farmě byly brambory využity převážně pro vlastní spotřebu (48 % objemu spotřebovaného na farmě) a jako krmivo (47 %), 5 % bylo použito jako sadba.

Obrázek 36: Uplatnění produkce brambor (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

- Export brambor z jihočeských farem (2011)

Největší množství bioprodukce brambor směřovalo do zahraničí v roce 2011 z farem AGRA Zvíkov spol. s r.o. (293 t) a Hofstätter-Eko s.r.o. (92 t).

Zelenina a jahody

Rok 2014: Plocha zeleniny v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 91 ha a podílela se tak pouze 0,1 % na celkové orné půdě v EZ. Celkově od roku 2011 se plochy OP s produkcí zeleniny snížily o 683 ha. Zůstalo tak produkčně zachováno pouze 12,2 % původní výměry ploch zeleniny.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstovaná zelenina podílela na celkové výměře orné půdy v EZ 2 ha (0,03 %). Oproti roku 2011 se plocha snížila o 5 ha (- 71,4 %). Plocha určená k produkci biozeleniny je tak dlouhodobě zcela minimální.

Plocha zeleniny v Jihočeském kraji se podílela na celkových plochách zeleniny v ČR 2 %. Produkci zeleniny se věnovalo 5 ekofarem (6 farem včetně režimu PO).

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha čerstvé zeleniny v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 744,28 ha a podílela se tak 1,26 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstovaná zelenina podílela na celkové výměře orné půdy v EZ 6,72 ha (0,09 %).

⇒ *Kategorie ekologicky pěstované zeleniny:* košťáloviny (např. zelí, kapusta, květák a brokolice), listová zelenina (např. špenát a hlávkový salát), plodová zelenina (např. dýně, rajče, paprika, lilek, cuketa a okurka), kořenová (např. mrkev a cibule) a hlízová zelenina, luskoviny a ostatní zelenina. Analyzovaná produkce zahrnovala rovněž jahody.

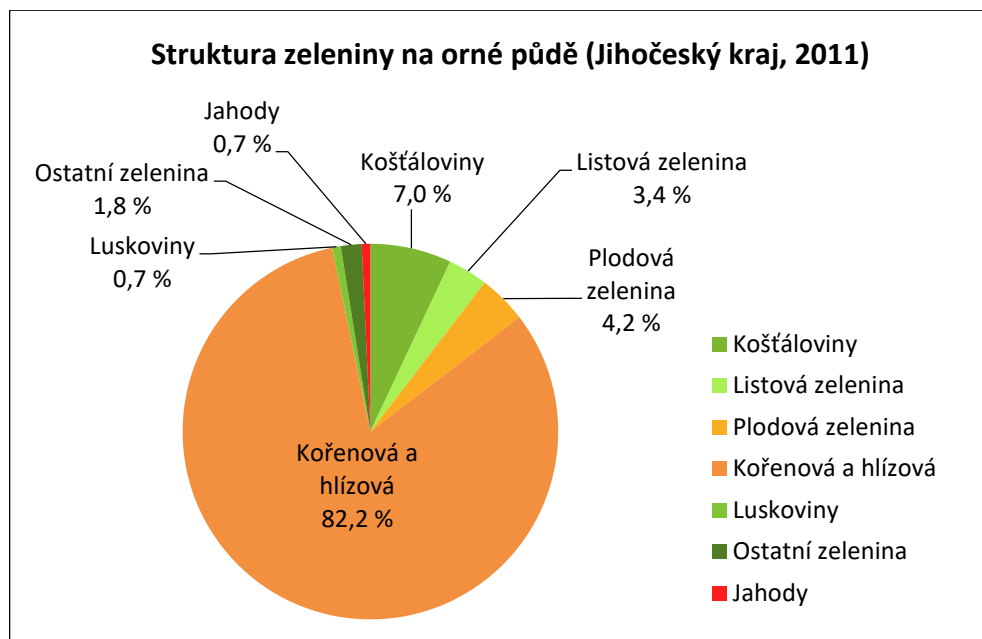
Obrázky 37-39 představují strukturu pěstované zeleniny, geografické rozmístění farem s touto produkcí a způsoby uplatnění produkce. Vychází z dat poskytnutých ÚZEI, MZe a ČSÚ v roce 2013 a 2014 (data zachycují stav roku 2011).

⇒ *Struktura zeleniny*

Strukturu čerstvé zeleniny ekologicky pěstované na orné půdě v Jihočeském kraji v roce 2011 uvádí obrázek 37.

Kategorie kořenová a hlízová zelenina měla s 5,52 ha obhospodařované plochy největší zastoupení na celkové ploše určené k produkci čerstvé zeleniny (82,14 %). Druhou největší produktovou skupinou z hlediska plochy byly košťáloviny s výměrou 0,47 ha (6,99 %). S plochami 0,28 ha, 0,23 ha a 0,12 ha následovaly plodová, listová a ostatní zelenina. Nejmenší zastoupení v kategorii zelenina měly luskoviny a jahody (shodně 0,05 ha).

Obrázek 37: Struktura zeleniny a jahod (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: ÚZEI 2011, zpracování GAJU 2013

Téměř veškerá zelenina, 6,13 ha (tj. 91,22 %) pocházela z plného režimu ekologického zemědělství. Pouze 8,78 % čerstvé zeleniny bylo pěstováno na orné půdě v přechodném období. Rovněž u jednotlivých produktových skupin zeleniny významně převažoval plný režim EZ nad PO; luskoviny, ostatní zelenina a jahody se navíc v PO v roce 2011 vůbec nevyskytovaly.

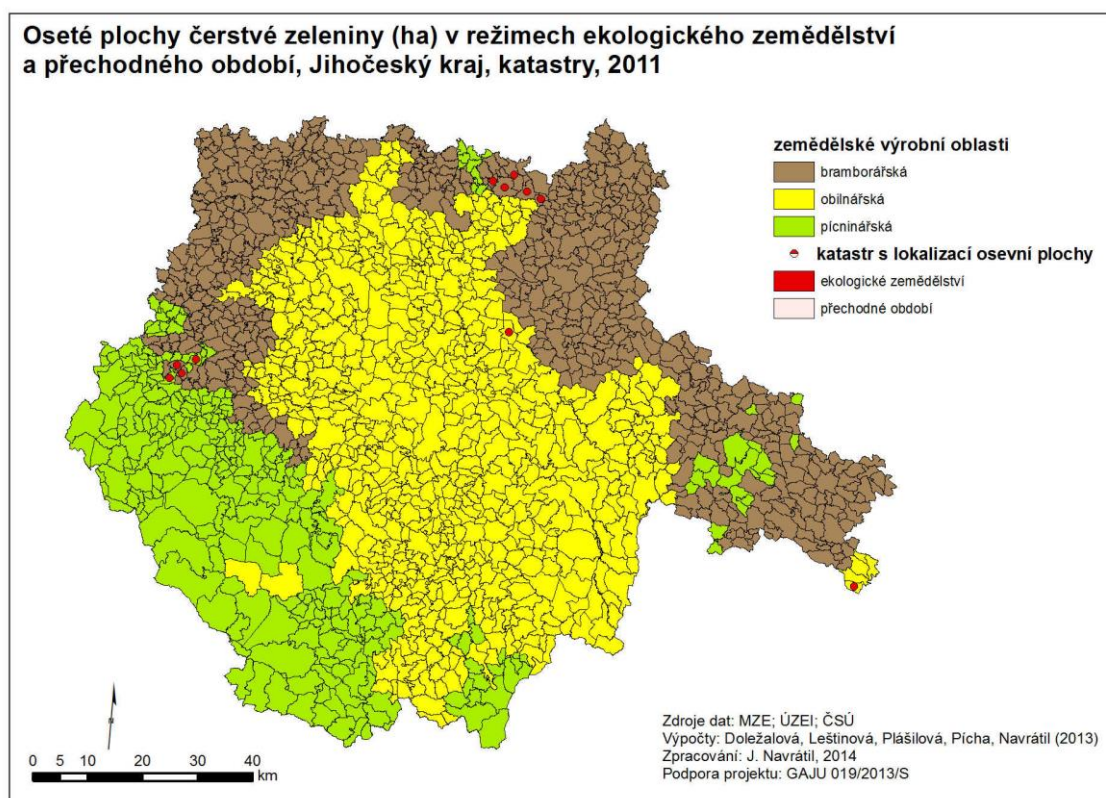
Na celkové ploše zeleniny v PO se nejvíce podílely košťáloviny (33,9% podíl), plodová a listová zelenina (28,81% podíl v obou případech).

V režimu PO bylo v roce 2011 konkrétně 42,55 % celkových ploch košťálovin, 21,74 % ploch s listovou zeleninou, 60,71 % ploch s plodovou zeleninou a 3,08 % ploch s kořenovou a hlízovou zeleninou.

⇒ Rozmístění ekologické produkce zeleniny

Zelenina byla v daném roce v Jihočeském kraji lokalizována téměř výlučně na Vimpersku a v severní části Táborska (obrázek 38).

Obrázek 38: Produkční mapa zeleniny (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

Pěstováním zeleniny se v roce 2011 zabývalo pouze 9 farem (EZ(P) i PO), z toho 7 farem pouze v plném režimu ekologického zemědělství (bez produkce v PO).

- Největší pěstitelé zeleniny v EZ(P): *Kocourek KG, organizační složka* (5 ha), *Zeman Tomáš* (0,49 ha) a *EWE CZ s.r.o.* (0,26 ha).

⇒ *Produkce zeleniny*

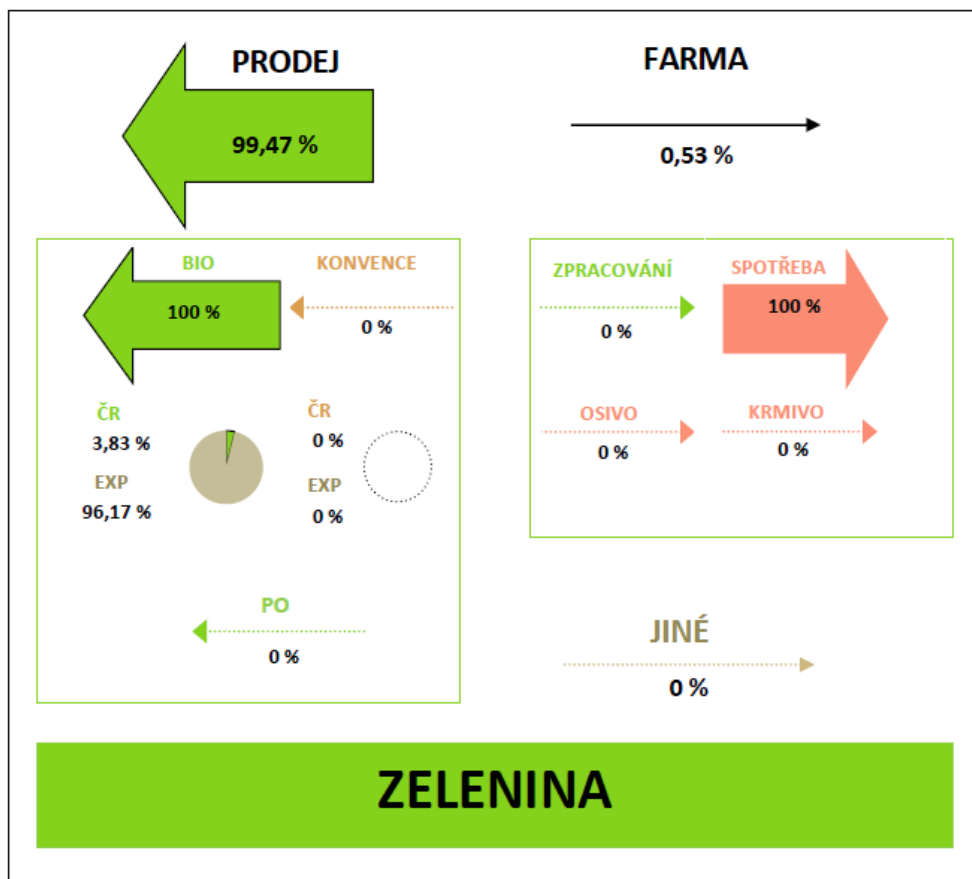
V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 62,72 t ekologicky pěstované čerstvé zeleniny, což představovalo 2,78% podíl na celkové produkci biozeleniny v ČR (2 258,31 t).

⇒ *Uplatnění zeleniny*

Způsoby uplatnění ekologicky pěstované čerstvé zeleniny v roce 2011 uvádí obrázek 39. Z celkové produkce 62,72 t bylo 99,5 % (62,39 t) čerstvé zeleniny prodáno a 0,5 % (0,33 t) spotřebováno na farmě.

Celý objem prodané čerstvé zeleniny byl realizován na trhu s bioprodukty, a to převážně v zahraničí. Pouze 3,8 % objemu prodeje bylo realizováno na trhu s bioprodukty v ČR. Na farmě byla čerstvá zelenina výhradně využita pro vlastní spotřebu.

Obrázek 39: Uplatnění produkce zeleniny (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

- Export zeleniny z jihočeských farem (2011)

Největší množství bioprodukce zeleniny směřovalo do zahraničí z farmy *Kocourek KG*, organizační složka (60 t).

Pícniny na orné půdě

Rok 2014: Plocha pícnin na OP v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 21 020 ha a podílela se tak 38,6 % na celkové orné půdě v EZ. Celkově se od roku 2011 plochy OP s produkcí pícnin snížily o 4 468 ha, tj. o 17,5 %.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované pícniny na OP podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 2 147 ha (37,9 %). Plocha orné půdy určená k produkci pícnin tak poklesla ve sledovaném období o 1 092 ha, tj. o 33,7 %.

Plochy pícnin na OP v Jihočeském kraji se podílely na celkových plochách pícnin v ČR 10,2 %. Produkci pícnin na OP se věnovalo 108 ekofarem (132 farem včetně režimu PO).

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha pícein v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 25 488 ha a podílela se tak 43 % na celkové orné půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky pěstované pícniny podílely na celkové výměře orné půdy v EZ 3 239,33 ha (41,7 %). Pícniny na OP pěstovalo 146 farem.

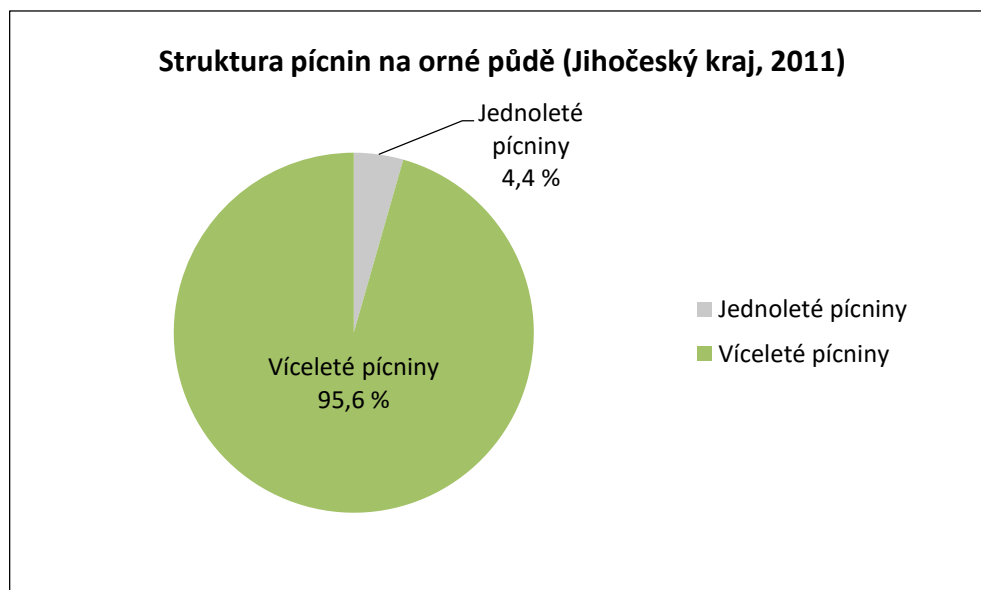
⇒ *Kategorie ekologicky pěstovaných pícnin: jednoleté pícniny a víceleté pícniny.*

Obrázky 40 a 41 představují strukturu pěstovaných pícnin a geografické rozmístění farem s touto produkcí. Vychází z dat poskytnutých ÚZEI, MZe a ČSÚ v roce 2013 a 2014 (data zachycují stav roku 2011).

⇒ *Struktura pícnin na OP*

V Jihočeském kraji zásadně převažovalo pěstování víceletých pícnin s 3 096,65 ha (95,60 %) nad pícninami jednoletými (např. kukuřice na zeleno). Ty byly produkovány na orné půdě o rozloze pouze 143,68 ha.

Obrázek 40: Struktura pícnin na OP (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: ÚZEI 2011, zpracování GAJU 2013

Podíl pícnin pěstovaných v přechodném období a v plném režimu ekologického zemědělství byl velmi vyrovnaný a v obou případech se jednalo přibližně o 50% podíl (1 681,83 ha v PO a 1 557,50 ha v EZ(P)).

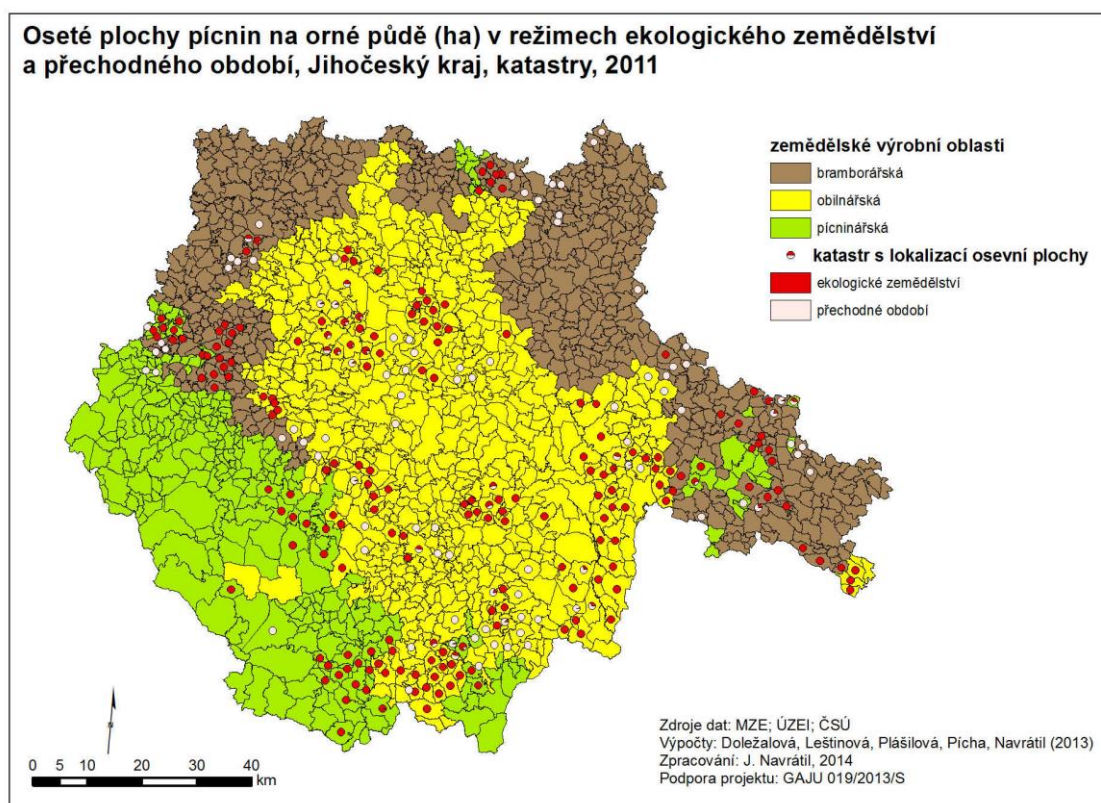
Na ploše pícnin v PO převažovaly víceleté pícniny (99,14% podíl).

V režimu PO bylo v roce 2011 konkrétně 10,11 % celkových ploch jednoletých pícnin a 37,71 % ploch s víceletými pícninami.

⇒ *Rozmístění ekologické produkce píce na OP*

Z produkční mapy uvedené na obrázku 41 je patrné, že oseté plochy píce v ekologickém zemědělství se vyskytovaly na území všech okresů Jihočeského kraje. Prostorově rozsáhlé bylo i pokrytí píce v přechodném období, a to především v obilnářské zemědělské výrobní oblasti.

Obrázek 41: Produkční mapa píce na OP (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

Pěstováním píce na OP se zabývalo celkem 151 farem (EZ(P) i PO), z toho 59 farem v plném režimu ekologického zemědělství (bez produkce v PO).

- Největší pěstitelé píce na OP v EZ(P): *AGRA Zvíkov spol. s r.o.* (281,89 ha), *Bemagro, a.s.* (245,17 ha) a *AGROWALD s.r.o.* (210,52 ha).

⇒ *Produkce píce na OP*

Produkce ekologicky pěstovaných píce na OP (píce v seně) za rok 2011 v Jihočeském kraji byla odhadována na 5 078,14 t, což by představovalo 9,55% podíl na celkové produkci biopíce v ČR (53 177,59 t). Skutečná výše produkce upřesněna nebyla.

4.1.4 Trvalé travní porosty

Rok 2014: Plocha trvalých travních porostů v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 411 664 ha a představovala tak 90,8% podíl na celkové zemědělské půdě v EZ. Od roku 2011 plochy TTP narostly o 13 603 ha (3,4 %).

V Jihočeském kraji se ekologicky obhospodařované trvalé travní porosty podílely na celkové výměře zemědělské půdy v EZ 61 384 ha (90,7 %). Plochy TTP narostly od roku 2011 o 2 078 ha (3,5 %).

Na celkové ploše ekologicky obhospodařovaných TTP v ČR se tato plocha podílela 14,9 % (stejný podíl jako v roce 2011).

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha trvalých travních porostů v ekologickém zemědělství v ČR zaujímala celkem 398 061 ha a podílela se tak cca 82 % na celkové zemědělské půdě v EZ.

V Jihočeském kraji se ekologicky obhospodařované trvalé travní porosty podílely na celkové výměře zemědělské půdy v EZ 59 306,2 ha (87,6 %). Podíl na celkové ploše ekologicky obhospodařovaných TTP v ČR byl 14,9 %.

⇒ *Kategorie ekologicky obhospodařovaných TTP: louky a pastviny.*

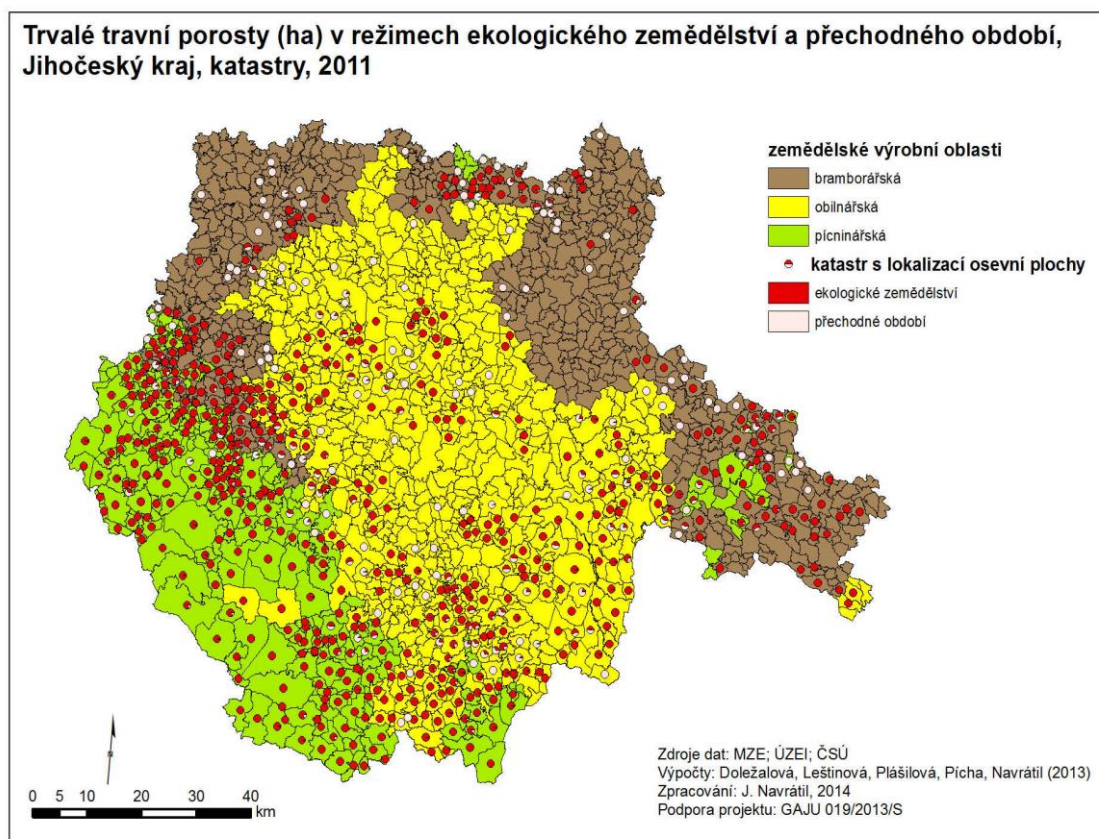
⇒ *Struktura TTP*

Z celkové plochy ekologicky obhospodařovaných TTP v Jihočeském kraji bylo 11 439,06 ha (19,29 %) v přechodném období a 47 867,16 ha (téměř 81 %) v plném režimu ekologického zemědělství.

⇒ *Rozmístění ekologické produkce TTP*

Jak již bylo zmíněno, trvalé travní porosty pokrývají největší část celkové ekologicky obhospodařované zemědělské plochy v Jihočeském kraji (téměř 88 %). Z produkční mapy na obrázku 42 je patrné, TTP nejsou po kraji rovnoměrně rozmístěny, jsou koncentrovány zejména v horských a podhorských oblastech Šumavy, Novohradských hor a Dačicka. Největší zastoupení trvalých travních porostů v ekologickém zemědělství vykazují okresy Strakonice, Prachatice a Český Krumlov a dále území při jihovýchodní hranici kraje až k Dačicku. TTP v přechodném období pak lze nalézt rozptýlené po celém území obilnářské zemědělské výrobní oblasti.

Obrázek 42: Produkční mapa TTP (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

⇒ *Produkce TTP*

Produkce z ekologicky obhospodařovaných TTP (píce v seně) v Jihočeském kraji byla odhadována na cca 124 556,90 t, což by představovalo 15,28% podíl na celkové bioprodukci TTP (píce v seně) v ČR (815 055,64 t). Skutečná výše produkce upřesněna nebyla.

TTP obhospodařovalo v roce 2011 celkem 489 farem, z toho 306 farem v plném režimu ekologického zemědělství (bez produkce v PO). Většina ekofarem v Jihočeském kraji disponuje určitými plochami TTP, které slouží jako stěžejní krmivová základna pro chov hospodářských zvířat. Největší plochy TTP v EZ(P) v daném roce obhospodařovaly farmy *AGRO Šumava s.r.o.* (1 833,65 ha), *Bemagro, a.s.* (1 667,56 ha) a *AGROWALD s.r.o.* (1 415,3 ha).

4.1.5 Trvalé kultury

Rok 2014: Plocha trvalých kultur v ekologickém zemědělství zaujímala v ČR celkem 7 549 ha a podílela se tak 1,7 % na celkové zemědělské půdě v EZ. Nárůst oproti roku 2011 byl 120 ha (1,6 %).

V Jihočeském kraji se ekologicky obhospodařované trvalé kultury podílely na celkové výměře zemědělské půdy v EZ 658 ha (cca 1 %). Oproti roku 2011 se plochy TK zvýšily téměř o 17 ha (2,6 %). Na celkové ploše ekologicky obhospodařovaných trvalých kultur v ČR tato plocha vykazovala podíl 8,7 % (df. shodný stav s rokem 2011).

TK byly evidovány u 47 ekofarem (celkově s PO 48). Jednalo se převážně o ekologicky obhospodařované sady, pouze 1 subjekt v Jihočeském kraji má registrovanou ekologickou vinici (0,9 ha).

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

Plocha trvalých kultur v ekologickém zemědělství v ČR zaujímala celkem 7 429 ha a podílela se tak 1,53 % na celkové zemědělské půdě v EZ.

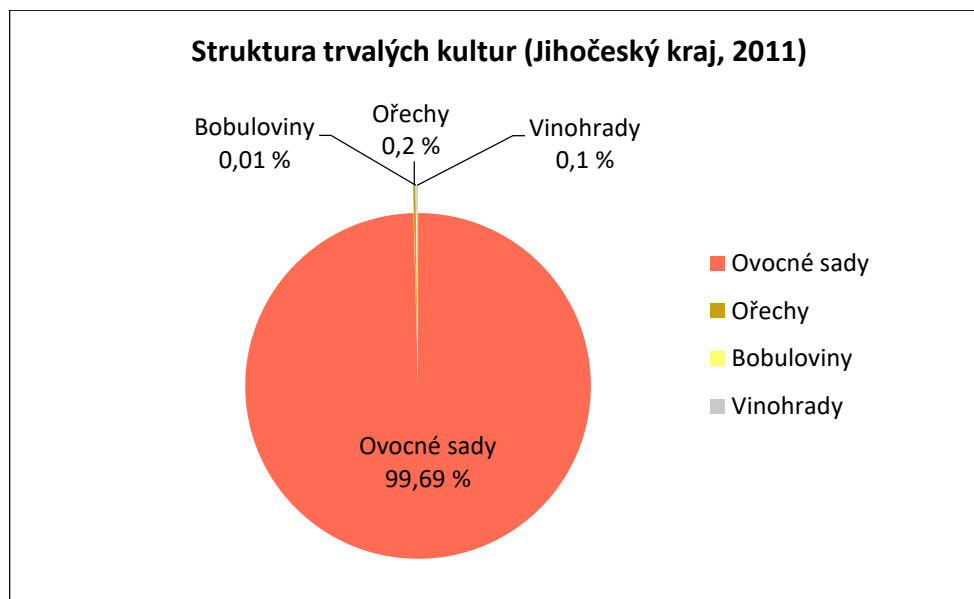
V Jihočeském kraji se ekologicky obhospodařované trvalé kultury podílely na celkové výměře zemědělské půdy v EZ 641,54 ha (0,95 %). Na celkové ploše ekologických TK v ČR tato plocha vykazovala podíl 8,64 %. TK obhospodařovalo 41 ekofarem.

⇒ *Kategorie ekologicky obhospodařovaných TK:* ovocné sady, ořechy, bobuloviny a vinohrady.

⇒ *Struktura TK*

Téměř celou plochu trvalých kultur zaujímaly ovocné sady (obrázek 43), celkem 638,85 ha (99,69 %). Na nesrovnatelně menších plochách o velikosti 1,46 ha, 0,91 ha a 0,32 ha byly pěstovány ořechy, vinná réva a bobuloviny.

Obrázek 43: Struktura trvalých kultur (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: ÚZEI 2011, zpracování GAJU 2013

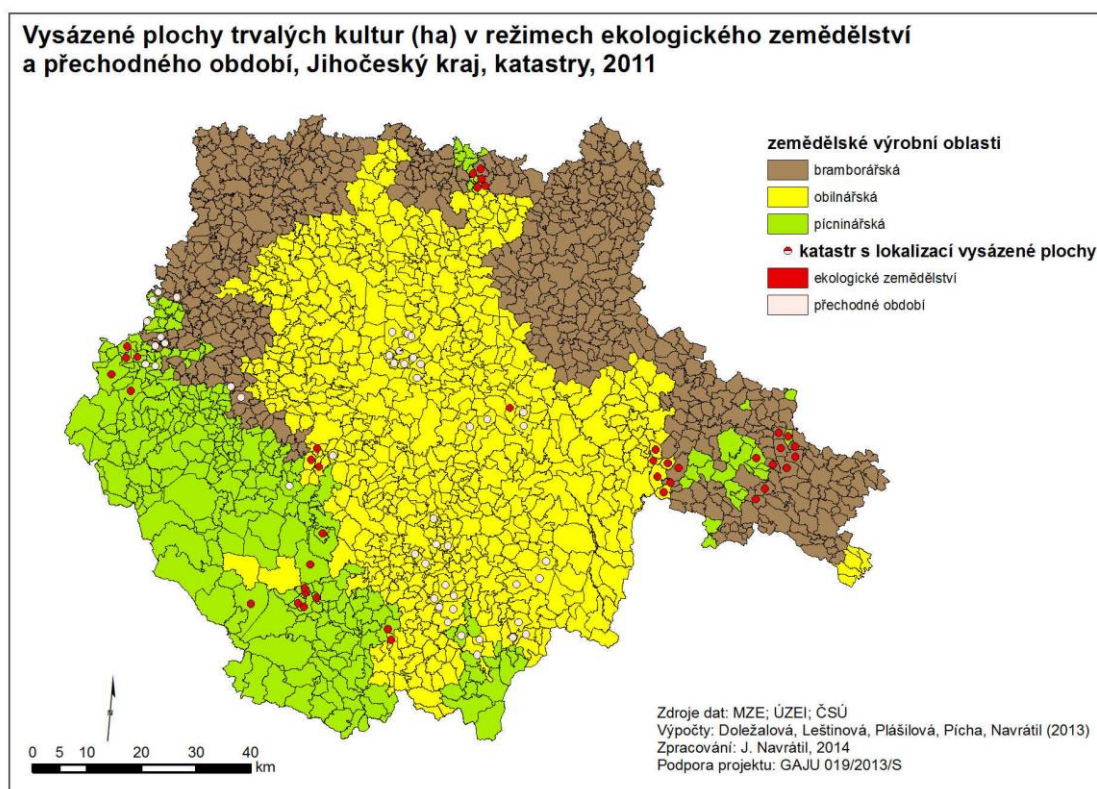
Podíl trvalých kultur v přechodném období a v plném režimu ekologického zemědělství byl 72 : 28 (%); absolutně 463,72 ha v PO a 177,82 ha v EZ(P). Produkce v PO převažovala u všech produktových skupin této kategorie. Na celkové ploše trvalých kultur v PO se nejvíce podílely víceleté ovocné sady (99,69% podíl).

V režimu PO bylo v roce 2011 konkrétně 72,19 % celkových ploch s ovocnými sady, 91,1 % ploch ořechů, 84,38 % ploch bobulovin a 100 % ploch s vinohrady.

⇒ Rozmístění ekologické produkce TK

Převaha ploch osázených trvalými kulturami v přechodném období nad trvalými kulturami v plném režimu ekologického zemědělství je zřejmá i z produkční mapy na obrázku 44; TK se konkrétně vyskytují po celé ploše okresu České Budějovice, Český Krumlov a částečně i na hranici Vimperska a Strakonicka. Ekologické trvalé kultury v EZ(P) byly pěstovány mj. významněji v okrese Jindřichův Hradec, podhůří Blanského lesa a Šumavy.

Obrázek 44: Produkční mapa trvalých kultur (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

⇒ *Produkce*

Produkce z ekologicky pěstovaných TK v Jihočeském kraji byla odhadována na cca 511,66 t, což by představovalo 8,36% podíl na celkové bioprodukci z TK v ČR (6 116,85 t). Bližší údaje o skutečné produkci jsou dostupné za vybrané druhy ovoce a významně se od odhadované produkce liší.

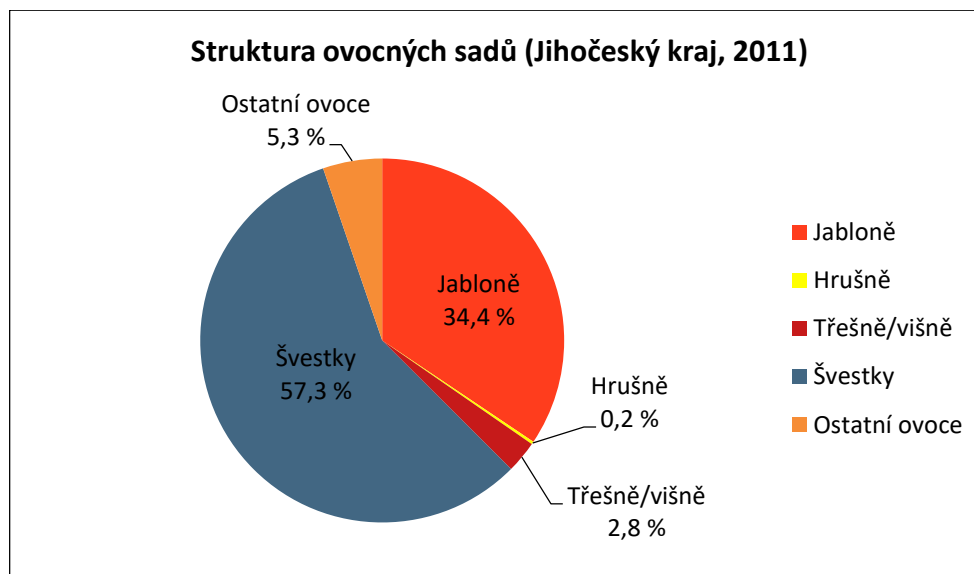


Ovocné sady

⇒ *Struktura ovocných sadů*

Podrobnější náhled na strukturu ekologicky pěstovaných ovocných sadů v Jihočeském kraji v roce 2011 poskytuje obrázek 45. Více než 57 % (365,75 ha) plochy ovocných sadů tvořily švestky, druhé největší zastoupení měly jabloně s produkční plochou 219,72 ha (34,40 %). Třešně a višně byly pěstovány na 18,14 ha a hrušně na 1,55 ha, zbytek ploch tvořilo ostatní ovoce. Jak již bylo výše uvedeno, většina ovocných sadů se nacházela v PO, celkem 461,21 ha (73 %).

Obrázek 45: Struktura ovocných sadů (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: ÚZEI 2011, zpracování GAJU 2013

→ Peckoviny

V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 0,82 t ekologicky pěstovaných peckovin (švestky, višně a třešně), což představovalo 0,1% podíl na celkové produkci biopeckovin v ČR (805,16 t). Celý tento objem byl uplatněn přímo na farmě pro vlastní spotřebu a žádná produkce nebyla prodána.

Třešně a višně pěstovalo celkem 16 farem (EZ(P) i PO), z toho 6 farem v plném režimu ekologického zemědělství (bez produkce v PO).

- Největší pěstitelé v EZ(P): Langová Hana (2,4 ha), Pejcha Pavel (0,82 ha) a Šimák Vlastimil (0,42 ha).

Švestky pěstovalo v ekologickém zemědělství 9 z celkového počtu 27 ekofarem, zahrnujících i pěstování v PO.

- Největší pěstitelé v EZ(P): AGROSPOL Dubovice (2,17 ha), Langová Hana (0,45 ha) a Benda Jiří (0,25 ha).

→ Hrušky

Produkce hrušek byla vykázána na úrovni 0,6 t, podílela se tak 0,13 % na celkové produkci 474,89 t biohrušek v ČR. Byla rovněž v celé míře spotřebována přímo na farmě.

Hrušně v roce 2011 pěstovalo v plném režimu ekologického zemědělství 8 ze 13 ekofarem.

- Největší pěstitelé v EZ(P): Václavík Jiří (0,3 ha), Benda Jiří (0,25 ha) a Šimák Vlastimil (0,18 ha).

→ *Jablka*

Produkce jablek 28,3 t měla 1,06% podíl na celkové produkci 2 657,48 t biojablek v ČR. Jablka byla z 91,87 % prodána na domácím konvenčním trhu. Zbývajících 8,13 % se uplatnilo na farmě v podobě vlastní spotřeby, popř. krmiva.

Pěstováním jabloní v ekologickém zemědělství se v roce 2011 zabývalo celkem 32 farem, z toho 12 farem v plném režimu ekologického zemědělství (bez produkce v PO).

- Největší pěstitelé v EZ(P): *BIO KANADA, a.s.* (151,6 ha), s podstatně menšími plochami pak následovaly farmy Netík Jiří (8 ha) a Václavík Jiří (2,5 ha).

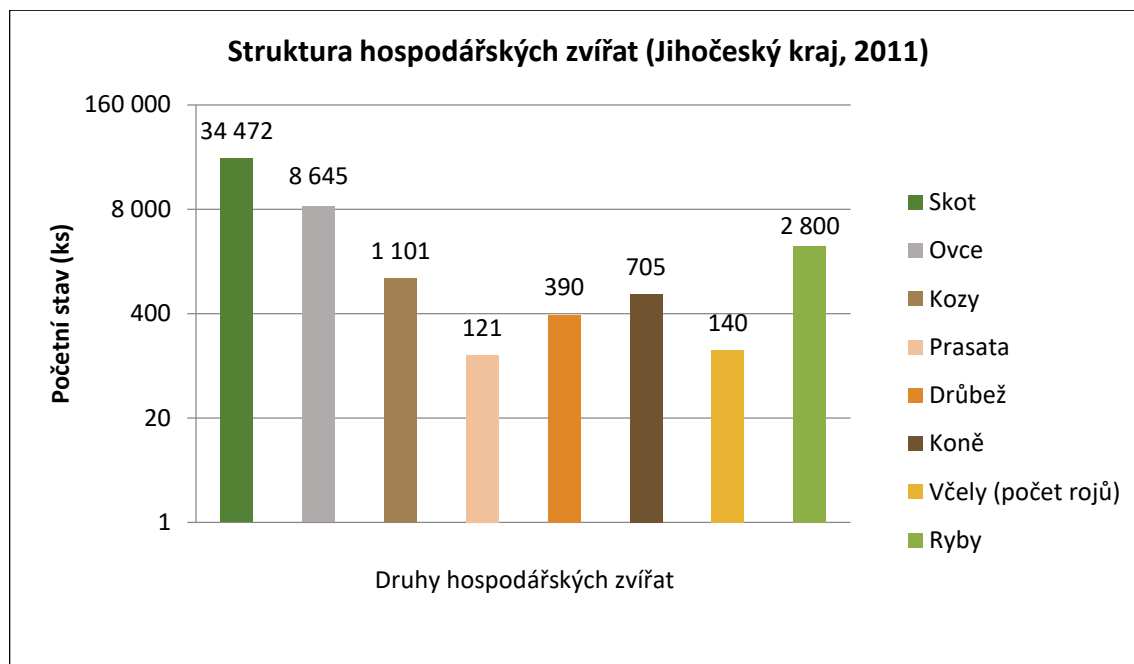
4.1.6 Hospodářská zvířata a živočišná produkce

Rok 2014: jihočeské ekofarmy ekologicky chovaly především *skot, ovce, kozy, prasata, drůbež a koně*. Početně největší chovanou skupinou byl skot, celkem 35 380 ks (15,7 % z celkového počtu 224 873 ks v ČR). Z toho dojnice byly chovány v počtu 1 243 ks (16,8 % z celkového počtu 7 402 ks dojnic v ekochovech ČR). Druhou nejvýznamnější skupinou byly ovce s počtem 9 193 ks (9,15 % z celkového počtu 100 385 ks v ČR). Na třetí pozici se umístily kozy s 1 102 ks (11 % z celkového počtu 9 112 ks v ČR). Následovali koně (833 ks; 11,7 % z celkového počtu 7 095 ks v ČR), drůbež (571 ks; 1,5 % z celkového počtu 39 330 ks v ČR) a prasata (36 ks; 1,8 % z celkového počtu prasat v ekochovech ČR).

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011:*

V roce 2011 se v Jihočeském kraji ekologicky chovala hospodářská zvířata uvedená v obrázku 46. Jmenovitě se jednalo o *skot, ovce, kozy, prasata, drůbež, koně, včely a ryby*. Graf udává početní stavy jednotlivých skupin zvířat. Početně největší chovanou skupinou byl skot, celkem 34 472 ks (19,74 % z celkového počtu 174 644 ks v ČR). Druhou nejvýznamnější skupinou byly ovce se stavem 8 645 ks (10,9 % z celkového počtu 79 657 ks v ČR). V řádech tisíců ks byly chovány již jen ryby (2 800 ks; zde se statistiky početně rozcházejí, proto nelze uvést relevantní podíl na celkové produkci ČR) a kozy (1 101 ks; 17,43 % z celkového počtu 6 317 ks v ČR). V nižších počtech byli chováni koně (705 ks; 14,38 % z celkového počtu 4 903 ks v ČR), drůbež (390 ks; 1,04 % z celkového počtu 37 348 ks v ČR), včely (140 rojů; 25,41 % z celkového počtu 551 rojů v ČR) a prasata, přičemž prasat bylo z uvedených hospodářských zvířat nejméně (121 ks; 6,92 % z celkového počtu 1 748 ks v ČR).

Obrázek 46: Struktura hospodářských zvířat (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, zpracování GAJU

Co se týče struktury skotu, více než polovinu (57,71 %) tvořil skot starší 2 roky, 16,38 % skot v rozmezí 1-2 let, 6,47 % skot starý 6-12 měsíců a 19,44 % tvořil skot do 6 měsíců věku.

Geografický náhled na *rozmístění ekologických chovů* vybraných druhů hospodářských zvířat v roce 2011 na území Jihočeského kraje poskytují mapy uvedené v obrázcích 47, 50, 53, 56 a 58.

Skot

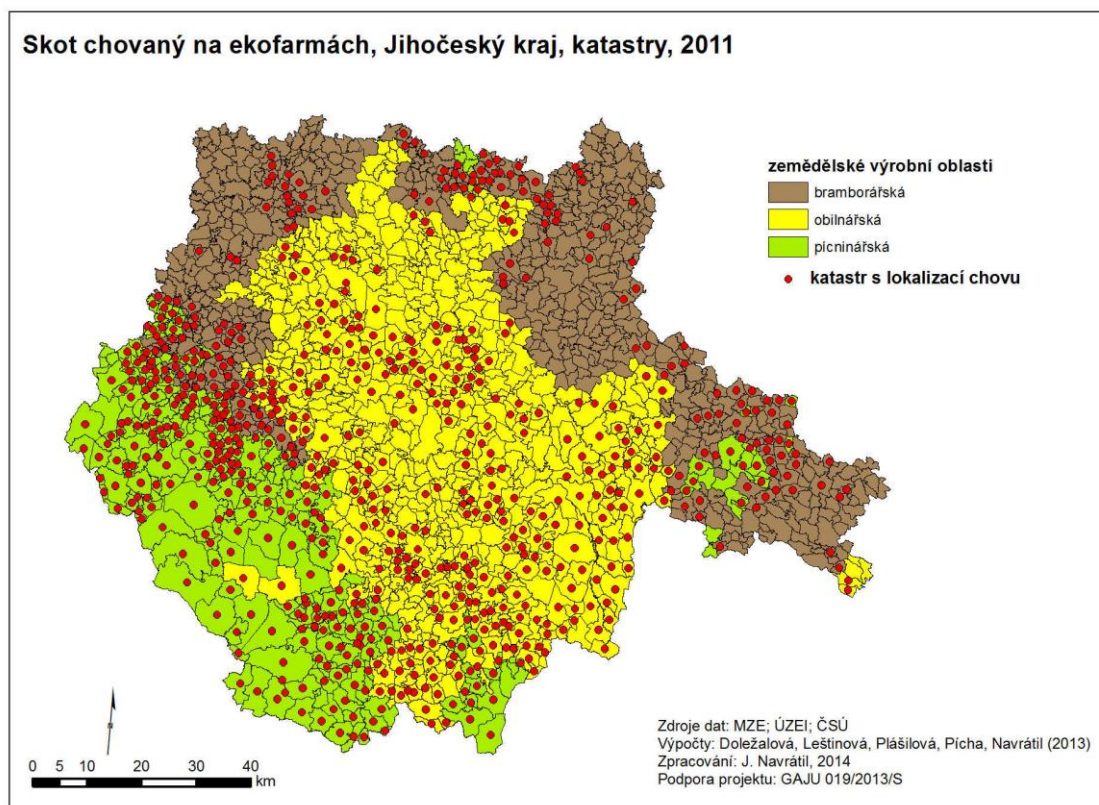
Rok 2014: Početní stav 35 380 ks představoval nárůst oproti roku 2011 o 908 ks (2,6 %). Chovu se věnoval df. stejný počet farem (337 subjektů rok 2014, 339 v roce 2011).

⇒ Situace analyzovaného roku 2011

Na chov skotu se zaměřili ekologičtí zemědělci na území téměř celého Jihočeského kraje. Z produkční mapy je patrné, že místa chovu skotu logicky kopírují oblasti s obhospodařovanými TTP. Chov skotu je obdobně jako TTP koncentrován v horských a podhorských oblastech Šumavy, Novohradských hor a Dačicka.

Celkem se chovu skotu v roce 2011 věnovalo 339 ekofarem. Největšími chovateli v daném roce byly farmy *Sitter s.r.o.* (1 368 ks), *Zemědělské družstvo Oseva Žďár* (1 125 ks) a *MEZOPOL spol. s r.o.* (1 106 ks).

Obrázek 47: Produkční mapa chovu skotu (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

⇒ *Produkce a uplatnění biomasa*

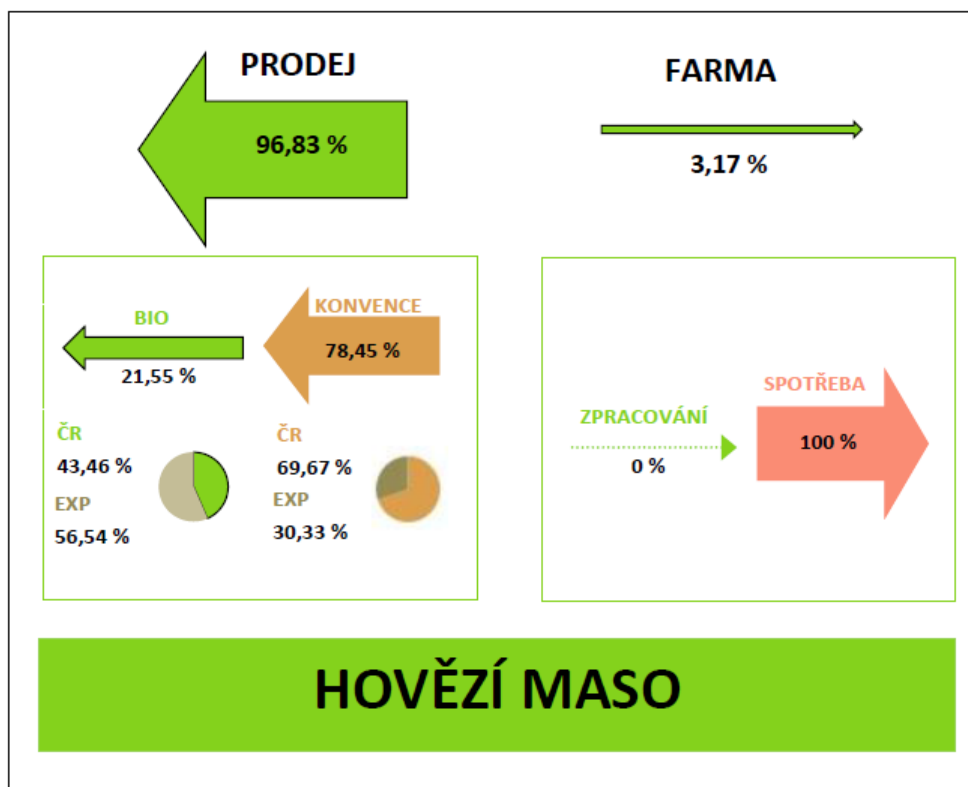
V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 1 186,27 t hovězího biomasa, což představovalo 28,7% podíl na celkové produkci hovězího biomasa v ČR (4 132,04 t; 7 536,74 t vč. zástavu). Způsoby uplatnění hovězího biomasa v roce 2011 představuje obrázek 48. Z celkové produkce 1 186,27 t bylo 96,8 % (1 148,62 t) hovězího masa prodáno a 3,2 % (37,65 t) spotřebováno na farmě.

21,5 % celkového objemu prodaného hovězího masa bylo realizováno na trhu s bioprodukty, přičemž cca polovina byla exportována do zahraničí a polovina prodána na tuzemském trhu. 78,5 % objemu prodeje bylo naopak realizováno na trhu konvenčním, a to převážně tuzemském (téměř 70 %). Na farmách bylo hovězí biomaso využito výhradně pro vlastní spotřebu.

- *Export hovězího masa z jihočeských farem (2011)*

Největší množství hovězího biomasa směřovalo do zahraničí v roce 2011 z farem *EKO ZSCH, s.r.o.* (45 t), *BEMAGRO, a.s.* (44,95 t) a *Bergmüller, s.r.o.* (33 t).

Obrázek 48: Uplatnění produkce hovězího masa (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

⇒ *Produkce a uplatnění mladého skotu (zástav)*

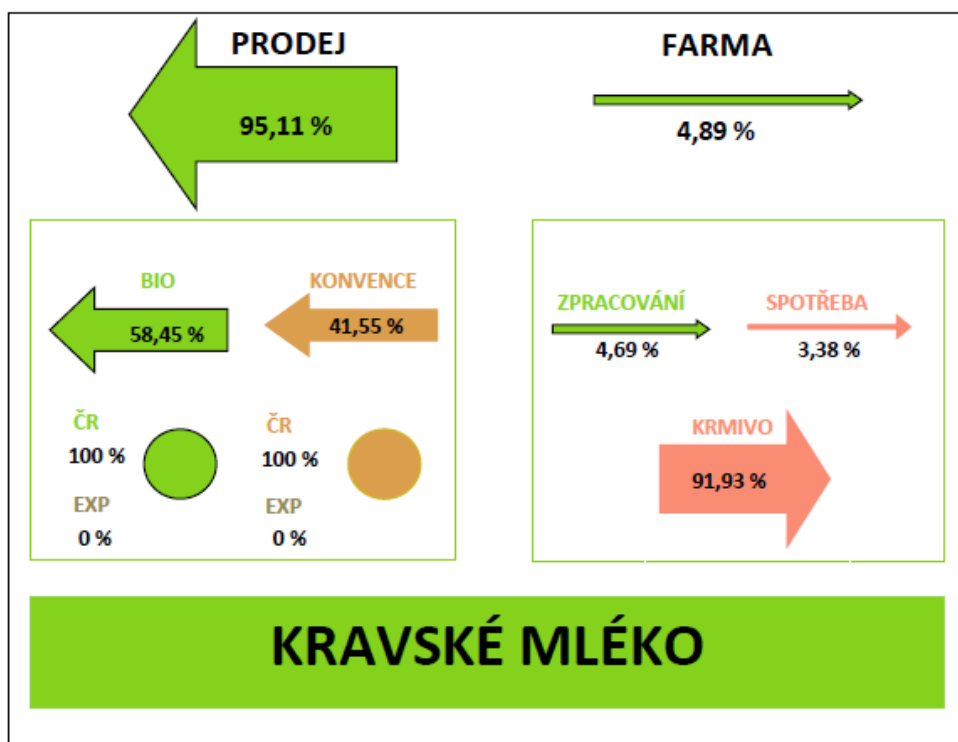
K uplatnění ekologicky chovaného mladého skotu určeného pro zástav (výkrm) lze říci, že 99,9 % z celkového množství 5 519 ks bylo prodáno a pouze 0,1 % (tedy 8 ks) zůstalo na farmě. Téměř 85,6 % prodaného množství směřovalo na konvenční trh (cca z 50 % na tuzemský a z 50 % na zahraniční trh) a 14,4 % bylo realizováno na trhu s bioprodukty (opět se zhruba stejnými podíly v tuzemsku i v zahraničí). Pro srovnání v ČR bylo v rámci zástavu prodáno celkem 37 830 ks telat.

⇒ *Produkce a uplatnění biomléka*

Kravskeho biomléka bylo v roce 2011 na ekofarmách vyprodukováno 3 926,03 tis. l, což představuje 14,62% podíl na celkové bioprodukci 26 853,55 tis. l kravskeho biomléka v ČR. Z daného množství bylo 95,1 % (3 734 tis. l) prodáno (58,5 % na trhu s bioprodukty a 41,5 % na konvenčním trhu), prakticky veškerá produkce kravskeho biomléka směřovala

na tuzemský trh (Družstvo České biomléko však mléko vykupuje pro německou mlékárnu). Zbývajících 4,9 % (192,03 tis. l) bylo využito na farmě, převážně v podobě krmiva.

Obrázek 49: Uplatnění produkce kravského mléka (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

Ovce

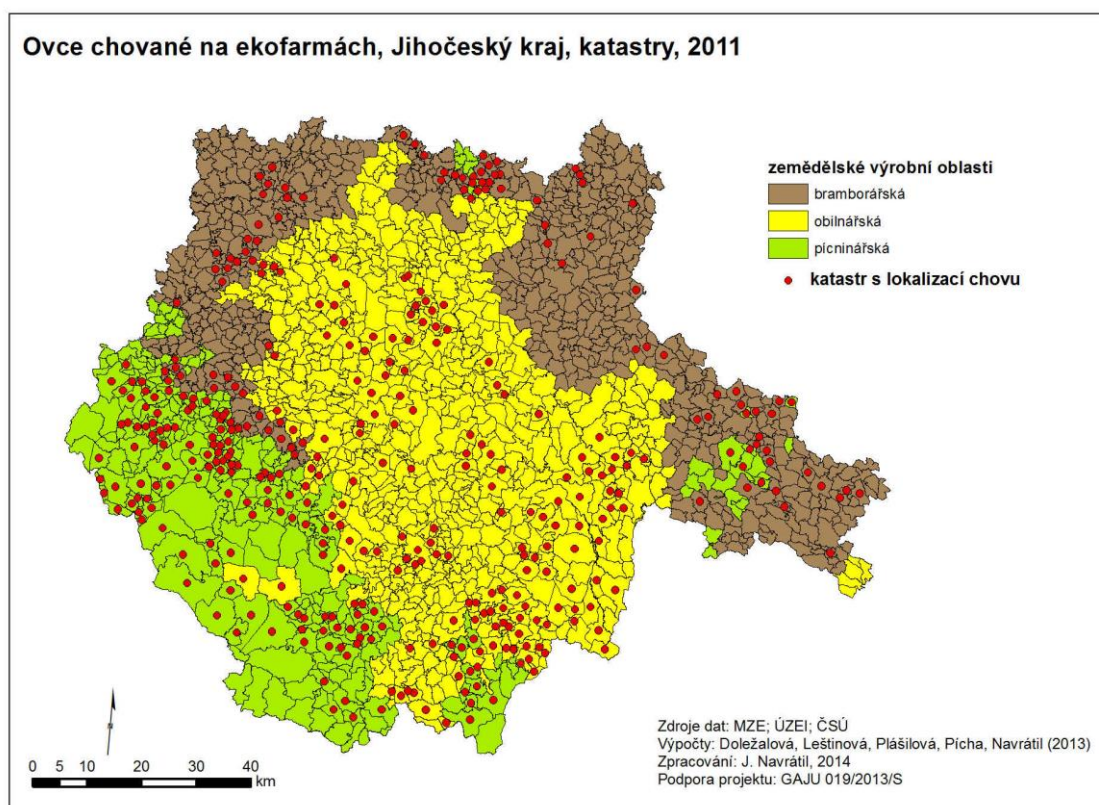
Rok 2014: Početní stav 9 193 ks představoval nárůst oproti roku 2011 o 546 ks (6,3 %). Chovu se věnoval df. stejný počet farem (124 subjektů rok 2014, 125 v roce 2011).

⇒ Situace analyzovaného roku 2011

Ovce, druhá nejpočetnější skupina ekologicky chovaných hospodářských zvířat v Jihočeském kraji (2011), byly chovány v geograficky obdobných oblastech jako skot a pokrývaly tak téměř celé území Jihočeského kraje (v menším zastoupení).

Celkem se chovu ovcí věnovalo 125 ekofarem. Největšími chovateli v daném roce byly farmy Škopek Zdeněk (721 ks), Lev Libor (390 ks) a Randák Jaromír (378 ks ovcí).

Obrázek 50: Produkční mapa chovu ovcí (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

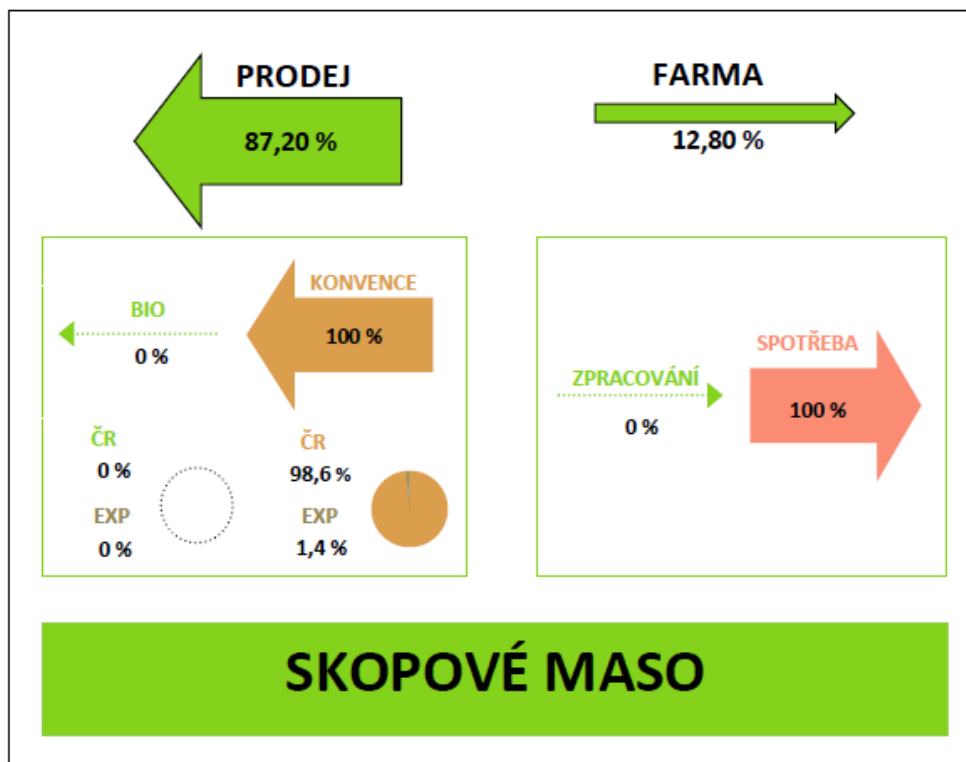
⇒ *Produkce a uplatnění biomasa*

V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 55,02 t *skopového/jehněčího biomasa*, což představovalo 15,61% podíl na celkové produkci skopového/jehněčího biomasa v ČR (352,39 t; 466,65 t vč. zástavu).

Způsoby uplatnění skopového/jehněčího biomasa v roce 2011 představuje obrázek 51. Z celkové produkce 55,02 t bylo celých 87,2 % (47,98 t) skopového/jehněčího masa prodáno a 12,8 % (7,04 t) spotřebováno na farmě.

Veškerý objem prodaného skopového/jehněčího masa směřoval na konvenční (z téměř 99 % tuzemský) trh, žádné maso tohoto druhu tedy nebylo realizováno na trhu s bioprodukty. Na farmě bylo skopové/jehněčí biomaso využito výhradně pro vlastní spotřebu.

Obrázek 51: Uplatnění produkce skopového masa (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

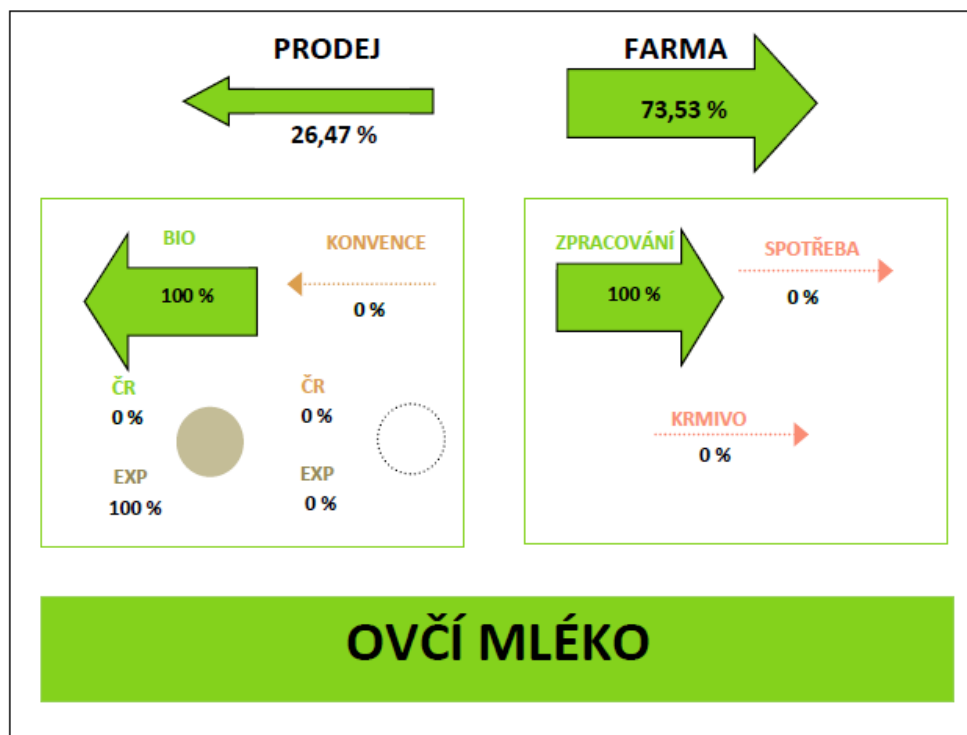
⇒ *Produkce a uplatnění mladých ovcí (zástav)*

Uplatnění ekologicky chovaných mladých ovcí určených pro zástav: 83,8 % z celkového množství 531 ks jehňat bylo prodáno a jen 16,2 % (tedy 86 ks) zůstalo na farmě pro účely vlastní spotřeby. Téměř 89,6 % z prodaného množství směřovalo na konvenční trh (zejména na tuzemský). Pro srovnání v ČR bylo v rámci zástavu prodáno celkem 11 426 ks jehňat.

⇒ *Produkce a uplatnění biomléka*

V roce 2011 bylo na jihočeských ekofarmách vyprodukováno 13,6 tis. l ovčího biomléka, což představovalo 14,36% podíl na celkové produkci 94,73 tis. l ovčího biomléka v ČR. Z daného množství bylo pouze 26,4 % (3,6 tis. l) prodáno, a to výhradně na zahraniční trh jako bioprodukt. 73,6 % celkové produkce ovčího biomléka (10 tis. l) bylo naopak zpracováno přímo na farmě.

Obrázek 52: Uplatnění produkce ovčího mléka (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

- *Export ovčího mléka z jihočeských farem (2011)*

Ovčí biomléko směřovalo do zahraničí pouze z farmy *Jordanová Diana* v celkovém objemu 3 600 l.

Kozy

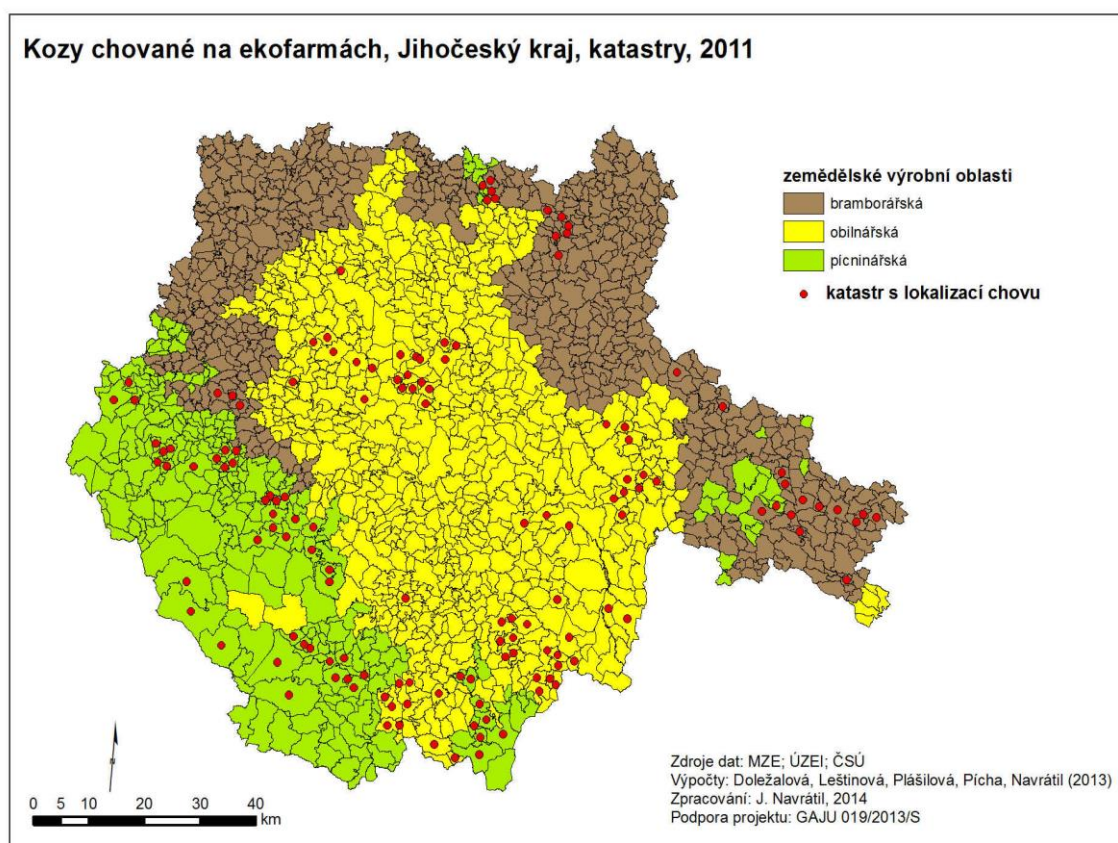
Rok 2014: Početní stav 1 002 ks představoval pokles oproti roku 2011 o 99 ks (9 %). Chovu se věnoval nižší počet farem: 37 subjektů rok 2014, 45 v roce 2011.

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011*

Ekologický chov koz byl charakteristický zejména pro oblasti při jižní hranici Jihočeského kraje (Vimpercko až Dačicko). Další chovy se vyskytovaly na hranici Milevska a Táborska, v oblasti Tábora a Týna nad Vltavou a mezi Vodňany a Protivínem.

Celkem se chovu koz v roce 2011 věnovalo 45 ekofarem, podstatně méně než u předchozích kategorií hospodářských zvířat. Největšími chovateli v daném roce byly farmy *Špatný Jakub* (150 ks), *Lepša Vladimír* (131 ks) a *Pravda Josef* (100 ks).

Obrázek 53: Produkční mapa chovu koz (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

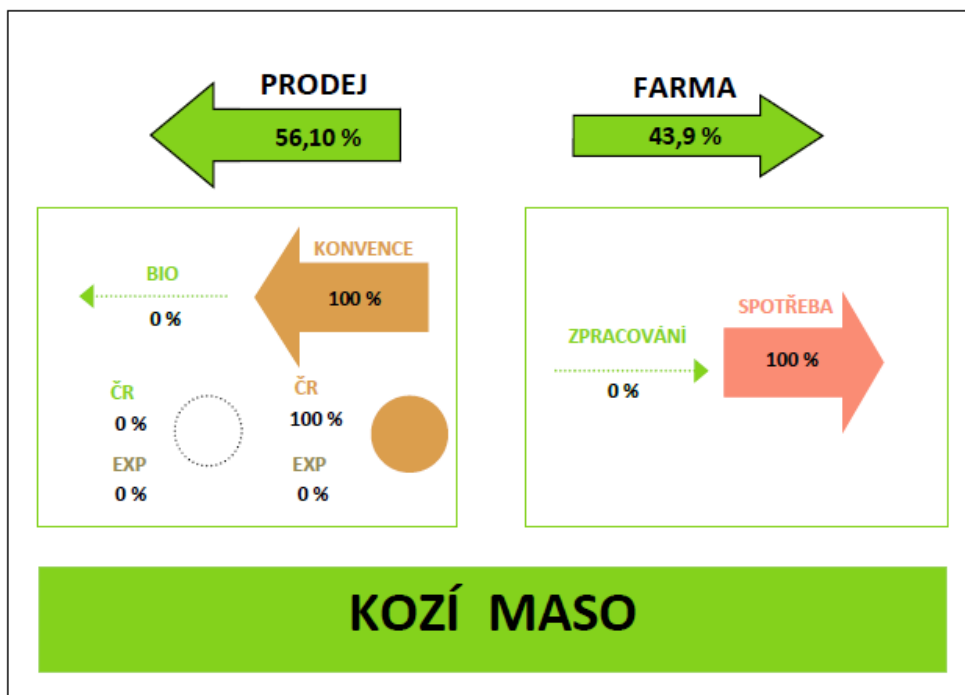
⇒ *Produkce a uplatnění biomasa*

V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 1,49 t kozího biomasa, což představovalo 8,19% podíl na celkové produkci kozího biomasa v ČR (celkem 18,20 t).

Způsoby uplatnění kozího biomasa v roce 2011 představuje obrázek 54. Z celkové produkce bylo 56,1 % (0,84 t) kozího masa prodáno a 43,9 % (0,66 t) spotřebováno na farmě.

Celý objem prodaného kozího masa směřoval na tuzemský konvenční trh, žádná produkce nebyla realizována na trhu s bioprodukty. Na farmě bylo kozí biomaso využito výhradně pro vlastní spotřebu.

Obrázek 54: Uplatnění produkce kozího masa (EZ, Jihočeský kraj)



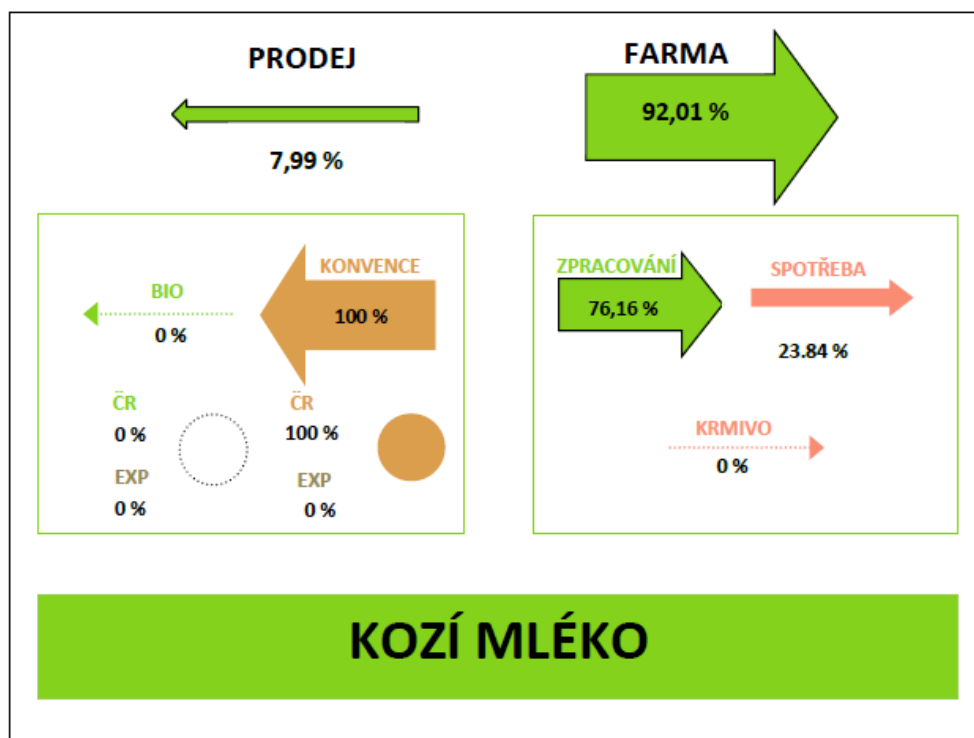
Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

⇒ *Produkce a uplatnění biomléka*

Kozího biomléka bylo jihočeských ekofarmách vyprodukováno 31,27 tis. l, což představovalo 7,11% podíl na celkové bioprodukci 439,80 tis. l kozího mléka v ČR.

Z daného množství bylo pouze 8 % (3,5 tis. l) prodáno, a to v celé míře na tuzemském konvenčním trhu, žádný podíl kozího biomléka tedy nebyl realizován na trhu jako bioprodukt. 92 % celkové produkce kozího biomléka (28,77 tis. l) bylo naopak zpracováno přímo na farmě, popř. využito pro vlastní spotřebu.

Obrázek 55: Uplatnění produkce kozího mléka (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

Drůbež

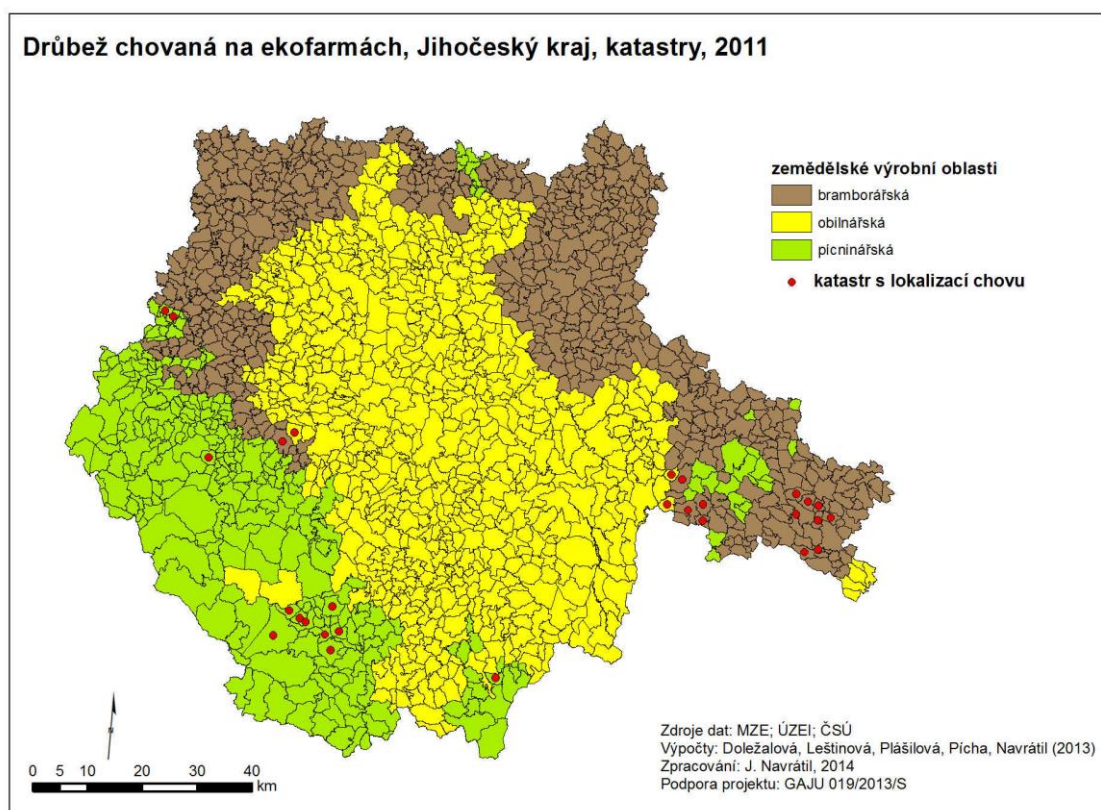
Rok 2014: Početní stav 571 ks představoval nárůst oproti roku 2011 o 181 ks, tj. o 46 %. Chovu se přitom věnoval stejný počet farem (8 subjektů).

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011*

Lokalizaci drůbeže chované na ekofarmách představuje obrázek 56. Místa chovu se vyskytují zejména na Českokrumlovsku a v jižní části Jindřichohradecka a Dačicka.

Drůbež v roce 2011 chovalo pouze 8 ekofarem v celkovém počtu 390 ks. Největšími chovateli byly farmy *Rašelina a.s.* (179 ks), *Šindelka Martin* (60 ks) a *Brůha Miroslav* (42 ks drůbeže).

Obrázek 56: Produkční mapa chovu drůbeže (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

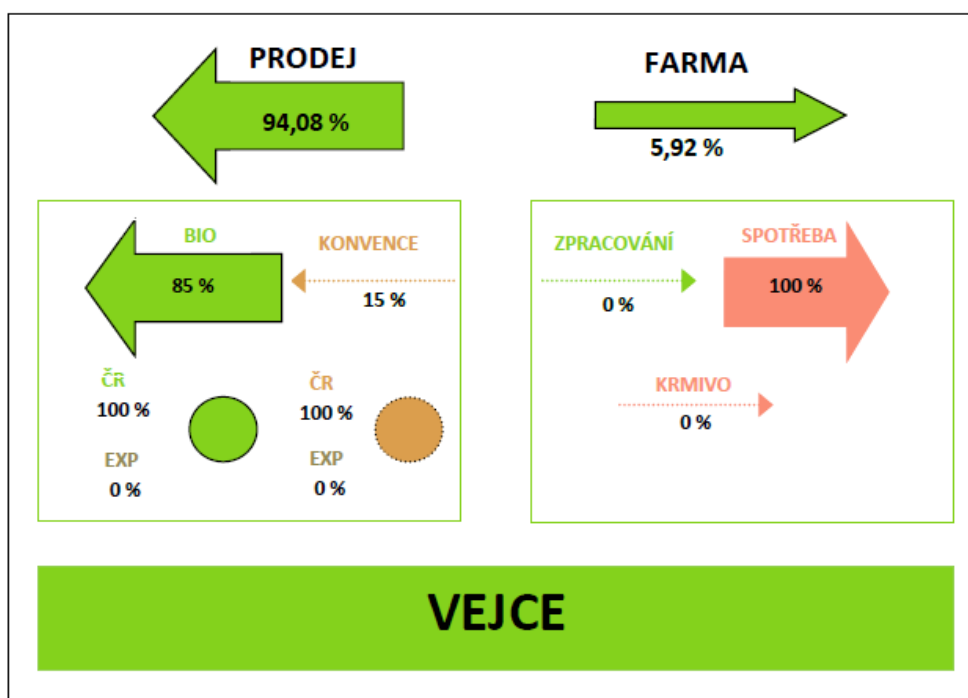
⇒ *Produkce a uplatnění biomasa*

Produkce drůbežního biomasa byla v průběhu roku 2011 odhadována na 0,15 t (což představuje 0,12% podíl na celkové produkce 123,15 t drůbežního biomasa v ČR). Skutečná výše produkce upřesněna nebyla.

Produkce a uplatnění biovaječ

Biovaječ bylo v daném roce na jihočeských ekofarmách vyprodukováno 18 574 ks, tj. 0,7 % z celkového množství 2 758 tis. ks biovaječ v ČR. Z daného množství bylo 94,1 % (17 474 ks) prodáno, a to pouze na tuzemský trh (z 85 % jako bioprodukt). Zbývajících 5,9 % (1 100 ks) bylo využito přímo na farmě pro vlastní spotřebu.

Obrázek 57: Uplatnění produkce vajec (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: Data ÚZEI, vlastní zpracování

Bílo Prasata

Rok 2014: Početní stav 36 ks představoval pokles oproti roku 2011, konkrétně o 85 ks (pokles o 70 %). Chovu se věnovala pouze jediná ekofarma.

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011*

Chovem prasat se v roce 2011 na území Jihočeského kraje zabývalo pouze 5 ekofarem. Největšími chovateli v daném roce byly farmy *Karel Dvořák* (51 ks) a *Rašelina a.s.* (29 ks prasat).

⇒ *Produkce a uplatnění biomasa*

V roce 2011 bylo v Jihočeském kraji vyprodukováno 1,06 t vepřového biomasa, což představuje 0,73% podíl na celkové produkci 144,62 t vepřového biomasa v ČR.

Způsob uplatnění vepřového biomasa: veškerá produkce 1,06 t byla realizována pouze na tuzemském konvenčním trhu a na trh s bioprodukty v daném roce nesměřovalo žádné vepřové biomasso.

Koně

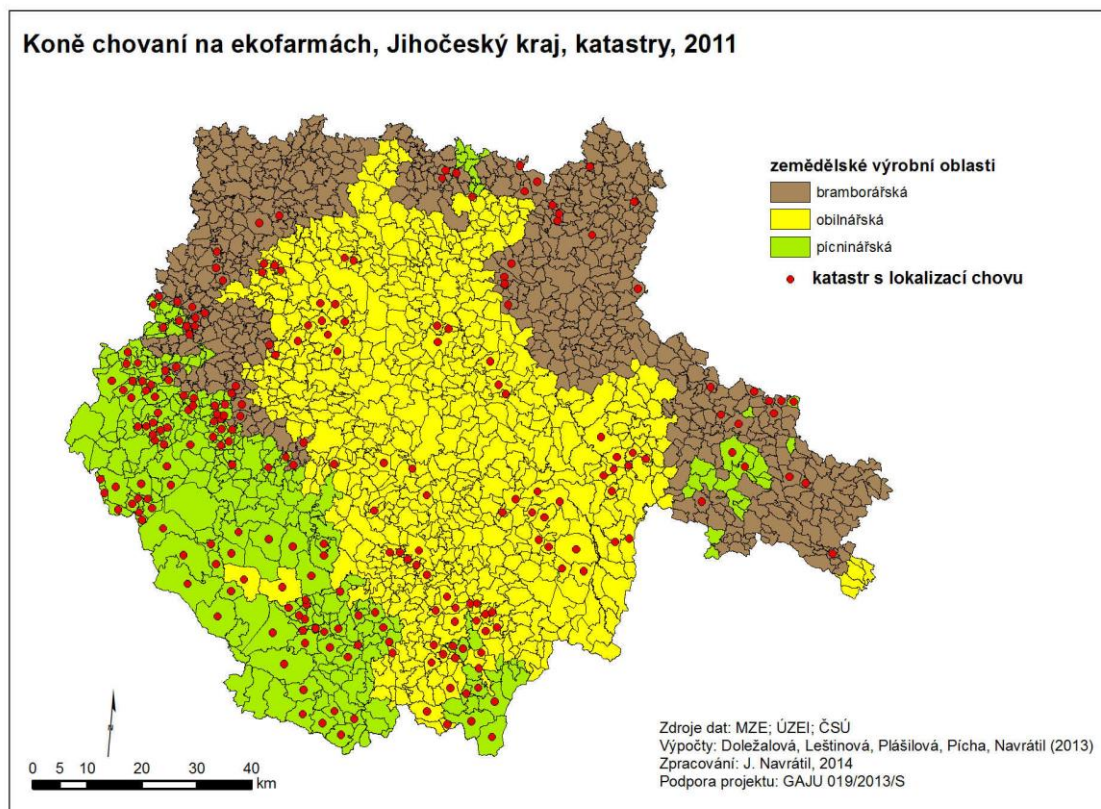
Rok 2014: Početní stav 833 ks představoval nárůst oproti roku 2011 o 128 ks (18 %). Chovu koní se věnovalo 84 farem.

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011*

Podobně jako chov koz byl i ekologický chov koní významněji soustředěn do oblastí v jižní části kraje. Chovy se vyskytovaly také v okresech Strakonice, Písek a Tábor.

Celkem se chovu koní v Jihočeském kraji věnovalo 71 ekofarem. Největšími ekologickými chovateli byly farmy *Farim, s.r.o.* (65 ks), *Ladislav Spurný* (45 ks) a *Mihalič Milan* (33 ks).

Obrázek 58: Produkční mapa chovu koní (EZ, Jihočeský kraj)



Zdroj: data MZe, ÚZEI, ČSÚ, zpracování GAJU 2014

Včely

Údaje za rok 2014 nebyly k dispozici.

⇒ *Situace analyzovaného roku 2011*

Chovu včel se v roce 2011 věnovaly pouze 3 ekofarmy. Největším ekologickým včelařem v daném roce byl *Kavalec Jaroslav* s počtem 120 rojů včel.

Produkce biomedu byla v průběhu roku 2011 odhadována na 3,2 t (což by představovalo 20,53% podíl na celkové bioprodukci 15,59 t medu v ČR). Skutečná výše produkce upřesněna nebyla.

Ke zpracování kapitol 4.1.1-4.1.6 byly využity následující zdroje: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2013 (databáze); Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2016 (databáze); Doležalová et al., 2014; Doležalová, Leštinová, Plášilová, Pícha & Navrátil, 2013; Meinelová, 2014; Ministerstvo zemědělství, 2015; Hrabalová, Leibl, Valeška & Kettnerová, 2013; Hrabalová et al., 2012.

4.1.7 Výzkum na ekofarmách

V rámci grantového projektu (GAJU 019/2013/S) byl v roce 2013 realizován průzkum na jihočeských ekofarmách se zaměřením na vybrané tržní biokomodity (mléko, maso, brambory, ovoce a zelenina). Celkem bylo osloveno 312 farem, částečně formou osobní návštěvy (39), částečně zasláním tištěného dotazníku (273).

Předmětem následujících analýz jsou data z 97 vyplněných dotazníků. Záměrně byly vybrány oblasti, které doplňují obecnou analýzu dat poskytnutých ÚZEI, a to zejména z pohledu způsobu uplatnění bioprodukce na trhu, hodnocení jednotlivých forem odbytu, míry a důvodu prodeje v konvenčním režimu, možnosti navýšení produkce, postoje k dodávkám do škol a jiných forem společného stravování, dotacím, kooperaci apod.

→ *Počet zaměstnanců*

Provoz farem zajišťují převážně stálí zaměstnanci (47 %; 200 zaměstnanců) a trvale vypomáhající členové rodiny (24 %; 102 vypomáhajících členů rodiny). Počty stálých zaměstnanců se odvíjejí od velikosti jednotlivých farem. Celkem 63 farem nemá žádné zaměstnance. Při přepočtu připadají na 1 farmu průměrně 2 stálí zaměstnanci a 1 vypomáhající člen rodiny. U dobrovolníků a sezónních zaměstnanců se jedná v průměru o dva pracovní měsíce v roce.

→ *Charakteristika RV a ŽV (analyzované ekofarmy)*

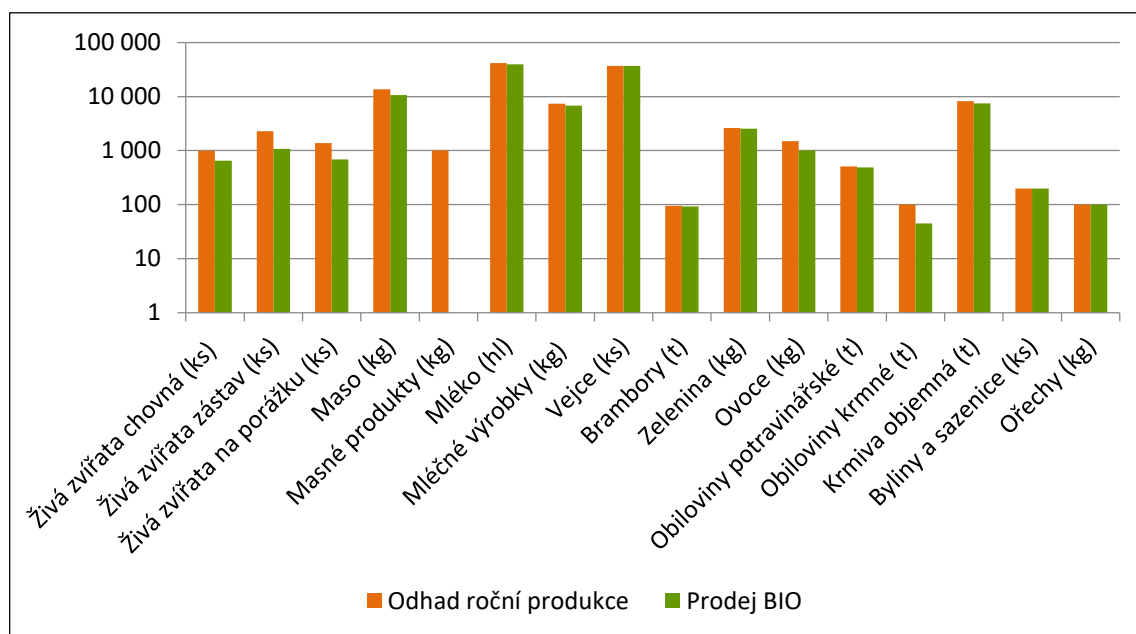
- Na zemědělské půdě převládaly TTP s 14 321,82 ha a 76% podílem. Orná půda byla zastoupena 4 220,17 ha a trvalé kultury (sady) 27,73 ha.
- Na orné půdě převládaly pícniny (62 %), pěstovaly se na 2 510,48 ha. Obiloviny se podílely 29,5 %, zastoupení ostatních plodin na OP nebylo významné (luskoviny 5,68 %, byliny 1,65 %).
- Na farmách se nejvíce choval v ekologickém režimu skot (8 981 ks), dále ovce (3 577 ks), drůbež (536 ks) a kozy (278 ks).

→ *Krmiva*

Většinu krmiv si farmy produkovaly samy, zejména pícniny, okopaniny, seno a senáž. Nakupováno bylo převážně granulované krmivo a minerální lizy.

→ *Základní kategorie ekologické tržní produkce*

Obrázek 59: Tržní produkce a prodej v biorežimu (Jihočeský kraj, 2013)



Zdroj: Data a zpracování GAJU

Obrázek 59 (logaritmické měřítko) zobrazuje základní kategorie ekologické tržní produkce, odhad objemu roční produkce a prodeje v biorežimu. Konkrétní hodnoty uvádí tabulka 5.

Tabulka 5: Tržní produkce a prodej v biorežimu (Jihočeský kraj, 2013)

Kategorie	Odhad roční produkce	Prodej BIO	Podíl prodeje BIO (%)
Živá zvířata chovná (ks)	994	649	65,3
Živá zvířata zástav (ks)	2 285	1 074	47,0
Živá zvířata na porážku (ks)	1 380	687	49,8
Maso (kg)	13 680	10 680	78,1
Masné produkty (kg)	1 000	0	0,0
Mléko (hl)	41 834	39 433	94,3
Mléčné výrobky (kg)	7 350	6 750	91,8
Vejce (ks)	37 020	37 020	100,0
Brambory (t)	96	92	95,8
Zelenina (kg)	2 610	2 550	97,7
Ovoce (kg)	1 500	1 000	66,7
Obiloviny potravinářské (t)	508	488	96,1
Obiloviny krmné (t)	100	45	45,0
Krmiva objemná (t)	8 188	7 458	91,1
Byliny a sazenice (ks)	200	200	100,0
Ořechy (kg)	100	100	100,0

Zdroj: Data a zpracování GAJU

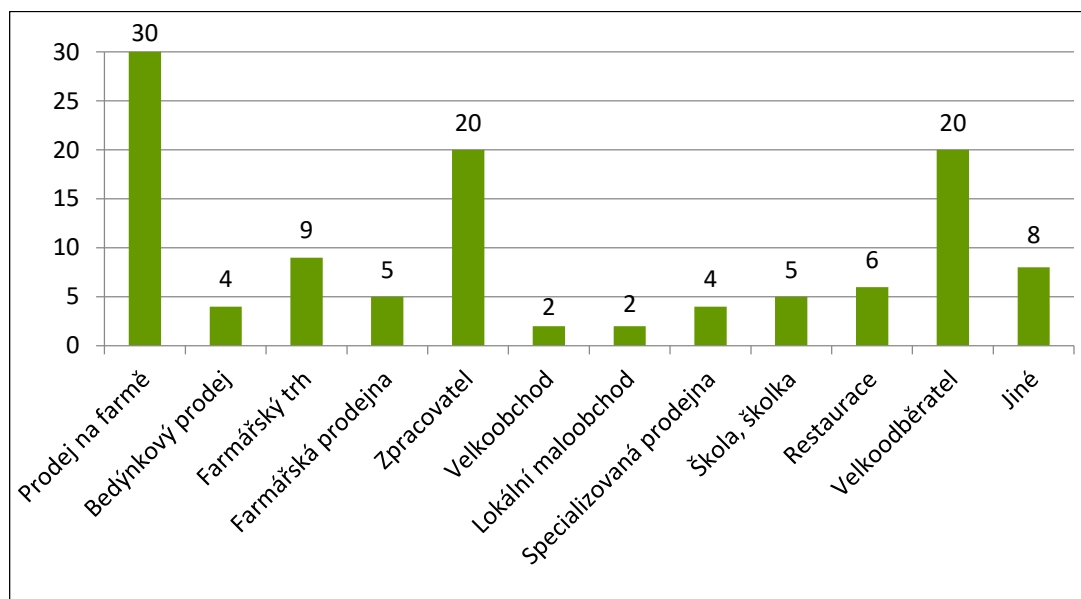
100% realizace prodeje v biorežimu byla u následujících komodit: vejce, byliny a sazenice, ořechy. Téměř 100% podíl na prodeji vykazovaly zelenina, brambory, potravinářské obilí a mléčná produkce. Problematický byl naopak prodej v biokvalitě u živých zvířat, masa a masných výrobků.

→ *Důvody prodeje v konvenčním režimu*

V této otázce měli respondenti možnost vybrat tři hlavní důvody. Nejčastějším důvodem prodeje v konvenci byla skutečnost, že „v regionu chybí zpracovatel/trh pro ekologické produkty“. Následovala „nízká poptávka spotřebitelů po ekologických produktech“. Další důvody se týkaly výše cen a požadavků ekologických standardů.

→ *Využívané formy odbytu a odhad vývoje odbytu v následujících 3 letech*

Obrázek 60: Využívané formy odbytu (Jihočeský kraj, 2013)



Zdroj: Data a zpracování GAJU

V obrázku 60 je shrnuta celková četnost výskytu jednotlivých forem odbytu. Mezi „jiné formy odbytu“ farmy řadily zahraniční firmu, překupníka, vinotéku, inzerát nebo ostatní chovatele.

Následně bylo vymezeno procentuální zastoupení jednotlivých forem odbytu na celkovém prodeji farmy. Farmy, které dodávaly *velkoobchodu*, takto prodaly zpravidla celou svou produkci (2 farmy). Prodej 100 % produkce byl ještě významně zastoupen u prodeje *velkoobděrateli*, *zpracovateli* a při *prodeji z farmy*. U ostatních prodejních formátů byla situace různorodá. Například *farmářské trhy* využívalo 56 % farem (9 subjektů) k odbytu do 10 % své tržní produkce, 11 % farem takto prodávalo do 20 % produkce, 11 % farem do 30 % produkce a zbývajících 22 % farem zde prodávalo do 50 % produkce. Tj. tato forma je z pohledu farem spíše doplňkovou formou prodeje.

Další analýzy směřovaly k vymezení podílu prodeje v biorežimu u jednotlivých forem odbytu. Například u prodeje *velkoobchodu* se jednalo výhradně o režim bio. Vysoký podíl realizace v biorežimu vykazoval také prodej v rámci *farmářské prodejny*, *specializované prodejny* či *prodeje na farmářském trhu*. Naopak *zpracovateli* prodávalo 76 % farem celou svou produkci jako konvenční. Poměrně zajímavá byla situace u *bedýnek* a *velkoobděratelů*, kdy se zhruba z poloviny dařilo celou produkci prodat jako bioprodukt, ale cca 50 % farem celou produkci prodalo tímto způsobem konvenčně (záleželo na konkrétní prodejní situaci).

Farmy měly odhadnout také trend vývoje u jednotlivých forem odbytu v následujících 3 letech. Pozitivní trend byl očekáván zejména u prodeje na farmě, bedýnkového prodeje, farmářské prodejny, lokálního maloobchodu a specializované prodejny. Naopak trend negativní u prodeje velkoobchodatelům, zpracovatelům a školám.

→ *Farmářské trhy*

Na farmářských trzích prodávalo devět farem. Tyto pak odpovídaly na několik podotázek. První se týkala celkové spokojenosti s touto formou prodeje. Výsledek byl překvapivý. Znamka 3,11 představuje mírně podprůměrné hodnocení. Dále byla zjišťována pozitiva a negativa tohoto prodeje. K pozitivům byly řazeny: kontakt se zákazníkem, identifikace poptávky, reklama v regionu, vytvoření stálé klientely. Mezi negativy pak převládaly zejména: chybějící záruka prodeje, zůstávají přebytky, časová náročnost, vysoké náklady, špatná organizace trhů, klesající návštěvnost a oblíbenost, mělký sortiment, nahodilost zájmu o některé produkty, podvodníci na trzích.

Za nejprínosnější byly farmami označeny tyto farmářské trhy (konkrétně z důvodu dobré organizace a návštěvnosti): Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Tábor, Chlumany, Bavorov, Plzeň, České Budějovice (trh U Vrby).

→ *Nové formy odbytu*

Cca 30 % farem (25 subjektů) zvažovalo využití nových forem odbytu, konkrétně: dodávku do restaurací, vybudování vlastní restaurace, rozšíření lokalit prodeje, prodej školám/jídelnám, vybudování/schválení mlékárny, prodej jako zástav ekologickým výkrmnám, prodej ze dvora, prodej přes Facebook a vlastní prodejnu.

→ *Nejefektivnější forma odbytu*

Za nejefektivnější formu odbytu byl nejčastěji označován prodej na farmě (31 farem), následoval prodej velkoobchodatelům (14 farem) a prodej zpracovatelům (12 farem).

S větším odstupem následovala farmářská prodejna (4 farmy) a dále překupník (3 farmy). Za překupníka je označován obchodník, který v určitých intervalech na farmu dojíždí a odkupuje zvířata na porážku pro jiný subjekt. Zvířata takto prodaná jsou distribuována jako konvenční. Farmy tento způsob prodeje volí kvůli minimální časové náročnosti. Prodej jinému chovateli uvedlo pět farem.

→ *Celkové zhodnocení současného odbytu*

V této otázce měli respondenti zhodnotit současné zajištění odbytu své faremní produkce na škále od 1 do 5 (1- zcela vyřešený odbyt, 5- zásadní odbytové problémy). 28 % (27) farem považovalo svůj odbyt za zcela vyřešený. Na druhé straně zásadní odbytové problémy uvedlo 19 % (16) farem. Průměrné hodnocení odbytu bylo vyjádřeno známkou 2,73.

Problémy nejčastěji spojované s odbytem: skladování obilí a ovoce, absence zpracovatelů, především jatek pro ekologické chovy, obecné problémy s komoditami (nízká poptávka): hovězí maso, plemenní býci, zástav a jateční zvířata (jsou preferována jen některá plemena).

→ *Potencionální navýšení roční produkce (%)*

(za předpokladu plného využití faremních dispozic a garantovaného odbytu)

Z celkového počtu odpovědí a jejich charakteru vyplývá, že většina farem i za předpokladu garantovaného odbytu by významně nenavýšovala svou produkci a již plně využívá faremních dispozic, nebo je spokojena s jejich současným využitím. Možné navýšení bylo uvedeno nejčastěji u živočišné produkce, konkrétně zvířata zástav (25 farem; 26 %) a zvířata na porážku (23 farem; 24 %).

Tabulka 6: Odhad potenciálního navýšení roční produkce (Jihočeský kraj, 2013)

Kategorie	do 10%	do 20%	do 30%	do 40%	do 50%	do 60%	do 70%	do 80%	do 90%	do 100 %	101 % a více
Zvířata chovná	4	3	3	0	0	0	0	0	0	3	2
Zvířata zástav	8	4	1	1	5	0	0	1	0	5	0
Zvířata na porážku	6	7	3	0	1	0	0	1	0	5	1
Maso	2	2	2	0	1	0	0	0	0	2	0
Masné produkty	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Mléko	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Mléčné výrobky	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Vejce	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Brambory	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
Zelenina	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
Ovoce	1	1	0	0	2	0	0	0	0	2	0
Obiloviny	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0

Zdroj: Data a zpracování GAJU

→ *Dodávky bioprodukce do škol či jiných forem jídelen*

Bioprodukcí do školních či jiných jídelen dodávaly v době průzkumu pouze čtyři farmy (4 %). Jednalo se o poměrně malé dodávky brambor, ovoce a zeleniny.

Dále bylo zjišťováno, jaké produkty by farmy byly schopny poskytnout školám/školním jídelnám. 11 farem uvedlo nabídku masa, 7 farem uvedlo shodně mléčné výrobky a ovoce, 4 farmy zeleninu a brambory. K další uváděné produkci patřily vejce a byliny.

→ *Vytvoření odbytové organizace*

(pro dodávky do větších jídelen, restaurací, obchodních řetězců apod.)

Zájem o vytvoření odbytové organizace uvedlo 38 % farem, 26 % farem o její vytvoření nemělo zájem a 36 % farem nevědělo.

→ *Vytvoření e-odbytové sítě (e-biomarket)*

(možnost nabízet online faremní produkty k prodeji)

Zájem v tomto případě projevilo 43 % farem, 30 % farem zájem nemělo a 27 % farem nevědělo.

→ *Charakteristika spotřebitelů, kteří kupují faremní biopotravinu*

Obrázek 61: Profil spotřebitelů z pohledu EZ (Jihočeský kraj, 2014)

	Výhradně ano	Spíše ano	střed	Spíše ne	Výhradně ne	Nedokážu posoudit	
Ženy	2	40	22	2	0	6	Muži
Vysoký příjem	5	37	20	1	0	10	Nízký příjem
Jednotlivci (single)	0	16	21	21	4	9	Rodiny s dětmi
Vysoký zájem o zdraví	18	35	9	1	0	8	Bez zájmu o zdraví
Aktivní lidé (sportovci)	4	31	29	0	0	7	Pasivní lidé
Mladí	4	30	30	1	0	6	Staří
Základní vzdělání	0	0	28	29	4	10	Vysokoškolské vzdělání

Zdroj: Data a zpracování GAJU

Podle farmářů biopotraviny nejčastěji nakupují aktivní mladší ženy, s vysokoškolským vzděláním a vyššími příjmy, převážně již vychovávající děti.

Těmto charakteristikám by farmy měly přizpůsobovat svou marketingovou komunikaci. Ta je však u většiny farem stále nedostatečná.

→ *Způsob prezentace faremni produkce a aktivit*

Farmy nejčastěji prezentují svou farmu přímo na farmě a v jejím okolí (45 farem; 46 %), na internetu (32 farem; 33 %) nebo v tisku (9 farem; 9 %). Bohužel se poměrně hodně farem (16; 16,5 %) nikde neprezentuje.

V možnosti *Jinde*, farmy např. uváděly: PRO-BIO katalog, prodejny (v rámci prodeje), Asociaci soukromého zemědělství, Český svaz chovatelů masného skotu.

→ *Spolupráce s jinými subjekty*

Většina farem (58 %) nespolupracovala s žádnými subjekty. U ostatních farem se nejčastěji jednalo o spolupráci s jinými ekologickými farmami (27 farem), ekologickými organizacemi (7), školami/MŠ (5), místní samosprávou (5), správou chráněného území (3). Dále byly zmiňovány MAS, kontrolní organizace, restaurace, Český svaz chovatelů masného skotu apod.

→ *Využívání dotací*

Z 83 farem (které odpověděly na tuto otázku) využívalo dotace 99 %. Dotace nevyužívala pouze 1 farma zabývající se produkcí vajec, kdy výměrou své půdy nedosáhla na dotační tituly.

Nejvíce farmy využívaly SAPS a dotace pro ekologické zemědělství (AEO), tyto dotace označil shodný počet farem, a to 78. Hned za nimi byly umístěny LFA a Natura 2000, které označilo 77 farem. TOP-UP využívalo 73 farem. Z Programu rozvoje venkova (mimo AEO) čerpalo dotace 33 farem a ostatní dotace AEO 32 farem. Dotace na dojnice využívalo pouze 6 farem. Nejčastěji farmám poskytnuté dotace kompenzovaly 80 % nákladů (22 %). Shodně 14 farmám dotace kompenzovaly 60 %, 70 % a 100 % nákladů. Pokud bychom si stanovili za hranici 50 % kompenzovaných nákladů, tak ji překročilo 82 % všech farem.

→ *Bariéry optimálního využívání dotací*

25 % farem (21 subjektů) neshledalo žádné překážky. Ostatní se vyjadřovaly zejména k podmínkám poskytnutí, administraci žádosti a přístupu k informacím. Nejhůře byla hodnocena administrace. Mezi *jiné překážky* bylo například zahrnuto: většina informací je

v elektronické podobě (farmáři by uvítali i tištěnou podobu); kontroly, které se spíše zajímají o administraci farmy než o reálný provoz; spodní limity, které jsou výhodné zejména pro velké farmy; zvýhodnění začínajících zemědělců pouze u mladých farmářů.

→ *Hodnocení současné zemědělské a ekologické zemědělské politiky*

V rámci otázek farmy hodnotily současnou zemědělskou a ekologickou zemědělskou politiku na stupnici od 1- *velmi kvalifikovaná* do 5- *zásadně nekonceptní*. Hodnocení současné zemědělské politiky dopadlo negativně. Téměř třetina farem ji považovala za zásadně nekonceptní. Průměrné hodnocení zemědělské politiky bylo 3,89. O něco lépe dopadlo průměrné hodnocení ekologické zemědělské politiky s výsledkem 3,31. Nespokojenost u obecné zemědělské politiky souvisela konkrétně s nestabilitou politické scény, často se měnícími podmínkami, administrativními požadavky, se zvýhodňováním velkých společností, a také se systémem dotací.

U ekologické zemědělské politiky byly uváděny víceméně shodné důvody: přílišná byrokracie, časté kontroly od nekompetentních osob, nesmyslné podmínky (např. zákaz vázání dobytka, které je v zahraničí povoleno), zneužívání dotací. Někteří respondenti uvedli, že by bylo vhodné inspirovat se při tvorbě ekologické zemědělské politiky v zahraničí (Rakousku, Německu, Finsku či Švédsku).

→ *Důvody ekologického hospodaření*

Nejčastějším důvodem pro zahájení ekologického hospodaření byl *ekonomický důvod* (54 farem). *Ekologický důvod* uvedlo 51 farem a *styl života* 44 farem. Jako *jiný důvod* farmy uváděly: rodinná tradice, podmínka pro prodej produkce, snazší prodej skotu v souvislosti s BSE, poloha farmy, snížení nákladů, méně práce.

Poznámka: BSE - Bovinní spongiformní encefalopatie (lidově „nemoc šílených krav“).

Pokud by se farmáři znovu rozhodovali, zda budou podnikat v EZ, většina odpověděla kladně (79 %), 4 % odpověděla záporně a 17 % farmářů nedokázalo odpovědět.

→ *Míra naplnění očekávání*

Farmáři měli zhodnotit míru naplnění jejich očekávání ze zapojení do ekologického zemědělství na stupnici od 1- *zcela naplněná* do 5- *nenaplněná*. Pouze u 17 % farmářů se očekávání zcela naplnila. Čtvrtina respondentů uvedla známku 2 a necelá polovina ohodnotila naplnění očekávání známkou 3. Průměrné hodnocení bylo 2,55 (Doležalová et al., 2014).

4.1.8 Výroba biopotravin

V roce 2014 bylo na území Jihočeského kraje registrováno celkem 28 výrobců biopotravin (5,77 % celkového počtu certifikovaných výrobců v ČR). V roce 2011 jich bylo registrováno 19, počet vzrostl o 47,37 % (9 zpracovatelů).

Nejvýznamnější zastoupení mělo v Jihočeském kraji *zpracování a konzervování masa a výroba masných výrobků*. Takto zaměřených výrobců bylo celkem 10, což představovalo 35,7% podíl na celkovém počtu zpracovatelů v kraji (obrázek 62). *Výrobou pekařských, cukrářských a jiných moučných produktů* se zabývaly 4 subjekty (14,29 %); po 3 subjektech bylo pak *výrobců mléčných výrobků* a subjektů *zpracovávajících a konzervujících ovoce či zeleninu*. Jeden subjekt se zabýval *výrobou nápojů* a zbývajících 7 (25 %) zpracováním a výrobou *ostatních potravinářských výrobků* (např. výrobou bylinných čajů a sirupů, koření, konopných produktů, polotovarů/pokrmů a různých doplňků stravy).

Z celkového počtu 28 výrobců biopotravin bylo 11 subjektů současně registrováno i v kategorii ekologický zemědělec a bioprodukty zpracovávaly v místě své produkce. V takovém případě se jednalo o tzv. *faremní zpracovatele*. K nejčastěji provozovaným výrobním činnostem na ekofarmách patřilo zpracování masa a výroba masných výrobků (7 subjektů) a výroba mléčných výrobků (3 subjekty). Podíl faremních zpracovatelů na celkovém počtu výrobců biopotravin v Jihočeském kraji byl 39,29 %.

Data týkající se odbytu jednotlivých komodit rostlinné a živočišné bioprodukce (zejména údaje o množství bioprodukce směřující z farem na konvenční trh a na zahraniční trh s bioprodukty) dokládají, že zpracovatelské kapacity na území Jihočeského kraje jsou nedostatečné.

Obrázek 62: Zpracovatelé bioprodukce (Jihočeský kraj, 2014)



Zdroj: Data a zpracování GAJU

Co se týče geografického rozmístění zpracovatelských kapacit na území Jihočeského kraje nejvíce výrobců (6 subjektů) působilo v okrese Jindřichův Hradec, nejméně naopak v okrese Písek (2 subjekty). Po pěti subjektech byli registrováni zpracovatelé v okresech České Budějovice a Prachatice, čtyři byli v okrese Tábor a po třech působili v okresech Strakonice a Český Krumlov.

- ✓ *Zpracování masa a výroba masných výrobků* byly obory charakteristické pro okresy Jindřichův Hradec (faremní zpracovatelé *Statek Horní Dvorce s.r.o.*, *Kateřina Kiričenko*, *Přemysl Čech* a nefaremní zpracovatel *Ladislav Pecha*), Prachatice (faremní zpracovatelé *Martin Krtouš*, *Antonín Pichl* a *ZEFA Volary, s.r.o.*), České Budějovice (faremní zpracovatel *Milan Šebelka* a nefaremní zpracovatel *CORAX Trading s.r.o.*) a Český Krumlov (nefaremní zpracovatel *Foitol řeznictví a uzenářství v.o.s.*)
- ✓ *Výrobci pekařských, cukrářských a ostatních moučných výrobků* byli po jednom subjektu dohledáni v okresech České Budějovice (*EXTRUDO Bečice, s.r.o.*), Český Krumlov (*Ipema spol. s r.o.*), Jindřichův Hradec (*Marek Baštýř*) a Tábor (*Zeelandia spol. s r.o.*). Ve všech případech šlo o nefaremní zpracovatele.
- ✓ V okresech Prachatice a Strakonice se vyskytovali 3 faremní *zpracovatelé mléčné produkce*, konkrétně *Pavel Štěpánek* a *Kateřina Tschernayová* v okrese Prachatice a *Jakub Špatný* v okrese Strakonice.
- ✓ *Zpracováním a konzervováním ovoce a zeleniny* se zabývali nefaremní zpracovatelé v okresech Tábor (*Friall s.r.o.* a *AGRICO Bohemia s.r.o.*) a Český Krumlov (*Frulika s.r.o.*) a výrobou nápojů pouze 1 zpracovatel v okrese Jindřichův Hradec (*Bohemia Regent a.s.*).
- ✓ V okresech České Budějovice, Písek, Strakonice a Tábor byli registrováni rovněž *výrobci ostatních potravinářských výrobků*: *Hempoint s.r.o.* (České Budějovice), *NABI s.r.o.* a *ISWARI SUPERFOOD s.r.o.* (Písek), *ESSA, spol. s r.o.* (Strakonice) a *Alena Krejčí* (Tábor).

Jihočeský kraj patří ke krajům s nejnižším počtem zpracovatelů/výrobců biopotravin. Dle aktuálně dostupných dat v REP (11/2016), je v Jihočeském kraji registrováno 32 aktivních výrobců, menší počet má jen kraj Liberecký (28) a Ústecký (17). Naproti tomu kraj Jihomoravský má v registru 121 a Praha 88 subjektů.

Shrnutí

Do EZ bylo v roce 2014 v Jihočeském kraji zapojeno 604 farem, po delším období stagnace se mírně zvýšil počet farem o 66 subjektů (od roku 2011 nárůst o 12 %; od roku 2008 o 154 %).

Výměra ZP zůstala na stejné úrovni (- 15 ha), ale změnila se struktura jejího využití. Podíl jednotlivých kategorií ZP na celkové výměře 67 702 ha byl následující: 90,7 % TTP (61 384 ha), 8,5 % OP (5 660 ha) a 1 % TK (658 ha).

Největšími změnami prošla kategorie TK (za období 2008-2014 narostly plochy o 153 %, výměra v ha však stále zůstává relativně malá). Do roku 2011 narůstala výměra OP, v posledních letech však naopak významněji poklesla (2011-2014 pokles o 27 %, absolutně o 2 109 ha). I přes pokles osetých ploch převládá na OP pěstování obilovin, jejich podíl se v letech 2011-2014 zvýšil z 42,1 % na 51,2 %. Zcela na minimální úrovni se naopak pěstuje zelenina, plochy klesly až na úroveň 1,9 ha (0,03 %).

Plochy TTP se stále mírně zvyšují (za období 2011-2014 o 2 078 ha; 3,5 %) a jednoznačně dominují ZP v Jihočeském kraji.

Třemi nejpočetněji zastoupenými kategoriemi hospodářských zvířat byly v roce 2014 skot (35 380 ks), ovce (9 193 ks) a dále kozy (1 102 ks). Biochovy zahrnovaly také koně (833 ks), drůbež (571 ks), prasata (36 ks), ryby a včely.

Chov skotu, ovcí a koz v letech 2011-2014 nevykázal žádné významné změny. Zmínit lze propad o 70 % v chovu prasat (aktuálně provozuje jediný subjekt v Jihočeském kraji), a naopak nárůst stavu drůbeže o 46 % (celkově jsou však stavy drůbeže malé). Minimálně je také zastoupen chov včel a ryb, což je při vysokém kreditu kraje z pohledu stavu ŽP a tradičnímu rozvoji v konvenci překvapující.

Dále je shrnuta analýza EZ (produkce a uplatnění na trhu) a výroby biopotravin z kapitoly 4.1 (4.1.1-4.1.8).



⇒ TRVALÉ TRAVNÍ POROSTY

Rozloha 59 306 ha představala 87,6% podíl na ploše ZP v Jihočeském kraji. Celková produkce píce v seně byla odhadována na úrovni 124 557 t. TTP obhospodařovalo celkem 489 farem. Tato čísla dokládají převažující orientaci (nejenom) jihočeského EZ na pastevní chov dobytka na TTP. Tato významná převaha TTP na ZP je důsledkem mnohaleté dotační podpory pro tuto oblast s vazbou na plochu v registru LPIS.

(2014: 61 384 ha; 90,7% podíl na ZP; 465 farem; změna 2014/2011: 3,5 %)

⇒ ORNÁ PŮDA

- Z tržních komodit zaujímaly největší plochu orné půdy OBILOVINY, konkrétně 3 276 ha (42,1% podíl). Největší podíl vykazovala pšenice obecná (32 % plochy obilovin), další významnější podíly (co do velikosti vyrovnané) zaujímaly oves, ječmen, žito a triticales. Pěstování obilovin se věnovalo v roce 2011 96 farem, nejčastěji pěstovanou obilovinou byl oves. Z celkové sklizně 5 824,09 t obilovin bylo tržně uplatněno 61 %, a to téměř výhradně v biorežimu (91 %). 92 % prodané bioprodukce však skončilo na trhu v zahraničí. Na farmě pak převládala spotřeba jako krmivo.

(2014: 2 899 ha; 51,2% podíl na OP; 90 farem; změna 2014/2011: - 11,5 %)

- Druhé největší zastoupení na OP (v rámci tržních plodin) měly TECHNICKÉ PLODINY (olejnin, LAKR a ostatní technické plodiny). Jejich podíl na OP byl 8,6 % (664 ha). Přes polovinu ploch tvořily olejnin, zejména řepka a řepice (83 % ploch olejnin), 36% podíl měly LAKR. Technické plodiny pěstovalo 19 farem, produkce 36 t byla z 85 % tržně uplatněna a to převážně (96 %) na konvenčním trhu (z 51 % na trhu českém). Malý 4% podíl s realizací v biorežimu byl uplatněn na trhu v zahraničí. Cca 15 % produkce bylo předmětem dalšího zpracování na farmě.

(2014: 230 ha; 4,1% podíl na OP; 13 farem; změna 2014/2011: - 65,4 %)

- Třetí pozici na OP zaujímaly LUSKOVINY, a to plochou 353,7 ha a podílem 4,6 %. 51 % ploch luskovin tvořil bob, 18 % sója a 17 % hrách. Produkci luskovin se zabývalo 18 farem. Produkce 742 t ze 72 % směřovala na trh a to převážně (ze 79 %) jako bioprodukce. I v tomto případě se jednalo téměř výlučně (z 97 %) o trh zahraniční.

(2014: 146 ha; 2,6% podíl na OP; 11 farem; změna 2014/2011: - 58,8 %)

- Z ostatních plodin se na orné půdě 75 ha uplatnily OKOPANINY, převážně brambory (97 % ploch okopanin). Produkci brambor se zabývalo 30 farem. Celková produkce brambor 594 t skončila opět převážně na trhu (92 %, konkrétně na biotrhu (81 %) v zahraničí (94 %). Zhruba 6,5 % brambor bylo spotřebováno na farmách jako sadba a krmivo.

(2014: 68 ha; 1,2% podíl na OP; 27 farem; změna 2014/2011: - 9,3 %)

- ZELENINA A JAHODY tvořily v Jihočeském kraji jen okrajovou bioprodukcí. Celková plocha zeleniny a jahod byla pouze 6,7 ha a měla nepatrný 0,09% podíl na OP. Produkci zeleniny se zabývalo 9 farem. 82 % plochy tvořila kořenová a hlízová zelenina. Celková produkce 63 t směřovala opět téměř výlučně jako bioprodukt na zahraniční trh.

(2014: 1,9 ha; 0,03% podíl na OP; 5 farem; změna 2014/2011: - 71,4 %)

- Významný podíl 41,7 % na OP (druhý nejvyšší) vykazovaly v roce 2011 PÍCNINY s plochou 3 239 ha. Převažovaly (z 96 %) víceleté pícniny, celková produkce byla odhadována na 5 078 t. Pícniny na OP pěstovalo 146 farem.

(2014: 2 147 ha; 37,9% podíl na OP; 108 farem; změna 2014/2011: - 33,7 %)

⇒ TRVALÉ KULTURY

Trvalé kultury tvořily plochou 642 ha cca 0,95% podíl na ZP. Téměř ze 100 % se jednalo o plochy ovocných sadů. V rámci ovocných sadů převažovaly švestky (57 %) a jablka (34 %). Peckoviny vykazaly za rok 2011 jen minimální produkci, která byla celá spotřebována na farmách. Produkce jablek na úrovni 28,3 t pak byla téměř celá (26 t) prodána na konvenčním trhu v ČR. TK obhospodařovalo 41 ekofarem.

(2014: 658 ha; 1% podíl na ZP; 47 farem; změna 2014/2011: 2,5 %)



ŽIVOČIŠNÁ BIOPRODUKCE

Třemi nejpočetněji zastoupenými kategoriemi hospodářských zvířat byly v roce 2011 skot (34 472 ks), ovce (8 645 ks) a dále kozy (1 101 ks). V biorežimu se chovala také prasata, drůbež, koně, ryby a včely.

- Chovu SKOTU (34 472 ks) se věnovalo 339 farem. Celkově bylo vyprodukováno 1 186 t hovězího masa (29% podíl na bio hovězím mase vyprodukovaném v ČR). 97 % produkce bylo prodáno, pouze z 22 % jako bioprodukt, který byl zhruba z poloviny obchodován v ČR a z poloviny v zahraničí. 78 % prodeje mělo konvenční charakter a bylo

vázáno převážně k tuzemskému trhu (ze 70 %). Prodej zástavu byl realizován v počtu 5 519 ks, a to z 86 % na konvenčním trhu (cca 50 % na trhu tuzemském).

Kravné mléko bylo vyprodukováno v množství 3 926 tis. l, z tohoto objemu bylo 95 % mléka prodáno a to z 58 % na biotrhu a to výhradně českém. Podrobnější analýza produkce a distribuce biomléka však prokázala prodej českého biomléka dále přes český subjekt do německých mlékáren. Zhruba 42 % mléka bylo uplatněno na trhu konvenčním v ČR. Pouze 5 % mléka bylo spotřebováno na farmě a to převážně jako krmivo. V tomto případě je situace zcela odlišná od využití koziho a ovčího mléka.

(Skot 2014: 35 380 ks; 337 farem; změna 2014/2011: 2,6 %)

- **OVCE** (8 645 ks) byly evidovány na 125 farmách v Jihočeském kraji. Produkční výstupy se týkaly masa (55 t) a mléka (13,6 tis.l). Maso skončilo z 87 % na trhu, a to konvenčním trhu převážně v ČR (99 %), mléko pak bylo ze 74 % dále zpracováno na farmě (ovčí sýry a další mléčné produkty). Zbýlých 26 % mléka bylo exportováno v biokvalitě na trh zahraniční.

(Ovce 2014: 9 193 ks; 124 farem; změna 2014/2011: 6,3 %)

- **KOZY** (1 101 ks) chovalo 45 farem, celková produkce dosáhla 1,5 t koziho masa (s výlučným tržním uplatněním v konvenci v ČR; významný 44% podíl masa byl spotřebován na farmě) a 31,3 tis. l koziho mléka. Z 92 % bylo toto mléko dále spotřebováno na farmě a to ze 76 % v rámci dalšího zpracování na mléčné produkty. Zbylé mléko (8 %) bylo uplatněno na domácím trhu jako konvenční produkt.

(Kozy 2014: 1 102 ks; 37 farem; změna 2014/2011: 0 %)

- **DRŮBEŽ** (390 ks) byla chována 8 ekofarmami. Jednalo se převážně o chovy zaměřené na produkci biovajec. Drůbežního masa bylo vyprodukováno jen zanedbatelné množství 0,15 t (0,12% podíl na produkci ČR). Na jihočeských ekofarmách bylo vyprodukováno 18 574 ks vajec, z daného množství bylo 94,08 % (17 474 ks) prodáno, a to pouze na tuzemský trh (z 85 % jako bioprodukty). Zbývající přibližně 5,92 % (1 100 ks) bylo využito přímo na farmě pro vlastní spotřebu.

(Drůbež 2014: 571 ks; 8 farem; změna 2014/2011: 46 %)

- Malý počet farem (5) se věnoval chovu PRASAT (121 ks). Celková produkce 1 t biomasa směřovala kompletně na konvenční trh v ČR.

(Prasata 2014: 36 ks; 1 farma; změna 2014/2011: - 70 %)

- *VČELY: Z tržní živočišné produkce stojí ještě za zmínku produkce medu. V Jihočeském kraji byla odhadována produkce medu za rok 2011 na úrovni 3,2 t. Chovu včel se věnovaly 3 farmy s počtem 120 rojů.*

(2014: Data za chov včel nebyla v sestavě ÚZEI 2014 uvedena, v registru REP byl dohledán 1 subjekt s platným certifikátem chovatele včel - Farma Přídolí spol. s r.o.)

- *RYBY: chybí podkladové údaje, v REP uvedeny 2 společnosti s platnou registrací chovatele ryb - Bohemia Agro Holding a.s. a AGRO TRADE spol. s r.o.*



PRŮZKUM NA EKOFARMÁCH

Průzkum dokresluje pohled na „život“ jihočeských ekofarem, dosud prezentovaný formou statistických analýz dat ÚZEI. Výstupem šetření na 97 jihočeských ekofarmách byla následující zjištění:

⇒ VYUŽÍVANÉ FORMY ODBYTU

Nejčastěji jsou jihočeskými farmami využívány tyto formy prodeje: prodej na farmě, prodej zpracovateli, prodej velkoobtěrateli. U těchto forem prodeje často farmy uplatní až 100 % své produkce. Jako doplňkové jsou pak využívány: prodej na farmářském trhu či dodávky do restaurací, prodej maloobchodním subjektům (specializované prodejny, farmářské prodejny, lokální maloobchod apod.), bedýnková distribuce a dodávky do škol.

Z hlediska efektivnosti jsou nejlépe hodnoceny prodej na farmě, velkoobtěrateli a zpracovateli.

⇒ PRODEJ V KONVENCÍ

Významný podíl prodeje v konvenci vykazuje prodej zpracovateli (zde 76 % farem prodá celou svou produkci jako konvenční). Cca 50% realizaci v konvenci vykazují „bedýnky“ či prodej velkoobtěratelům. Naopak téměř výhradní prodej v biorežimu souvisí s prodejem na farmě, na farmářských trzích nebo s dodávkami specializovaným prodejnám.

⇒ DŮVODY PRODEJE V KONVENČNÍM REŽIMU

Nejčastěji uváděným důvodem prodeje v konvenci byla absence zpracovatele v regionu. Následovala nízká poptávka spotřebitelů po bioproduktech a také např. nároky certifikace.

⇒ FARMÁŘSKÉ TRHY

Spokojenost s těmito trhy je z pohledu farmářů jen průměrná (známka 3,11). Zpravidla si na trzích váží osobního kontaktu se zákazníkem a vytvoření stálé klientely. Naopak trh není zárukou prodeje celé nabízené produkce a jedná se o činnost časově náročnou.

⇒ HODNOCENÍ ODBYTU

Více než čtvrtina farem hodnotí svůj odbyt jako zcela vyřešený. Průměrné hodnocení pak vychází na úrovni známky 2,73. Zásadní odbytové problémy má 16 (19 %) farem. S tím souvisí i snaha hledat nové možnosti odbytu.

Cca 26 % dotazovaných farem uvažuje o využití nových forem odbytu jako např. dodávek do restaurace, prodeje zástavu ekologickým výkrmnám, prodeje školám, prodeje přes Facebook. Některé farmy počítají s výstavbou faremních zpracovatelských kapacit (jatká, mlékárna, restaurace) či faremní prodejny.

⇒ VYTVOŘENÍ SPOLEČNÉ ODBYTOVÉ ORGANIZACE / E- ODBYTOVÉ SÍTĚ

Farmy si začínají uvědomovat, že dalším zdrojem konkurenční výhody by mohla být intenzivnější spolupráce v rámci odbytu. Vytvoření společné odbytové organizace by poskytlo možnost nabízet objemově i obsahově zajímavější produkci, zvláště ve vazbě na obchodní řetězce či provozovny společného stravování. 43 % farem by pak uvítalo vytvoření e-odbytové sítě pro bioprodukcí.

⇒ PREZENTACE FARMY / FAREMNÍ PRODUKCE

Bohužel většina farem není příliš kreativní z pohledu komunikace svých aktivit/produkce. Spoléhají na dostatečné působení prezentace na farmě nebo v blízkém okolí farmy, případně na internetu.

⇒ ZEMĚDĚLSKÁ / EKOLOGICKÁ ZEMĚDĚLSKÁ POLITIKA

Farmy nahlíží poměrně rezervovaně na kompetentnost české zemědělské politiky. Průměrné hodnocení známkou 3,89 (3,31 v případě ekologické zemědělské politiky) napovídá o mnohých výhradách k této oblasti. Opakovaly se zejména zmínky o nekonceptnosti, nestabilitě, byrokratičnosti, nerovných podmínkách pro všechny subjekty apod.



VÝROBA BIOPOTRAVIN

V roce 2014 bylo v Jihočeském kraji evidováno 28 výrobců biopotravin. Od roku 2011 se jejich počet zvýšil o 47 %, i tak byl podíl na celkovém počtu zpracovatelů v ČR pouze 6 %.

10 subjektů se věnovalo zpracování a konzervování masa a výrobě masných produktů. 4 zpracovatelé pak výrobě pekařských a cukrářských výrobků (zde se však jen v 1 případě jednalo o klasickou pekárenskou bioprodukcí). 3 zpracovatele vykazovala výroba mléčných výrobků a také zpracování a konzervování ovoce a zeleniny (v některých případech se však nejednalo o aktivní výrobce biopotravin).

Z 28 výrobců se v 11 případech jednalo o faremní zpracovatele, zejména v oblasti zpracování masa a mléka, resp. výroby masných a mléčných produktů.

Z výše uvedeného vyplývá, že nejvýznamnější podíl na zpracování faremní produkce v Jihočeském kraji měly samotné ekofarmy (11 cca z 15 výrobců klasických biopotravin představovaly faremní provozy).

Data týkající se odbytu jednotlivých komodit rostlinné a živočišné bioprodukce dokládají, že zpracovatelské kapacity na území Jihočeského kraje jsou nedostatečné.

4.2 Prodej biopotravin

4.2.1 Obchodní řetězce

Terénní šetření

Analýza nabídky biopotravin v OŘ vychází z terénního šetření v 97 prodejnách obchodních řetězců v Jihočeském kraji (z celkově 106 identifikovaných). Šetření proběhlo na podzim roku 2013. Seznam zkoumaných řetězců včetně rozsahu zkoumaného vzorku prodejen vzhledem k základnímu souboru je uveden v tabulce 7. Údaje jsou dále porovnávány s výsledky podobného šetření uskutečněného v roce 2009.

Tabulka 7: Podíl zkoumaného vzorku prodejen na celkovém počtu provozoven daného OŘ v Jihočeském kraji

Obchodní řetězec	Zastoupené prodejny OŘ (%)
AHOLD Czech Republic, a.s.	71
Billa spol. s r.o.	92
dm drogerie markt s.r.o.	86
Globus ČR, k.s.	100
JEDNOTA, spotřební družstvo České Budějovice	100
Kaufland Česká republika v.o.s.	100
Lidl Česká republika v.o.s.	80
Penny Market s.r.o.	74
SPAR Česká obchodní společnost s.r.o.	100
Tesco Stores ČR a.s.	67

Zdroj: data GAJU

Poznámka: Společnost SPAR Česká obchodní společnost s.r.o. (SPAR a INTERSPAR) působila v České republice od roku 1991. V průběhu roku 2014 byly aktivity společnosti

převzaty řetězcem AHOLD a od března 2015 všechny prodejny působí na trhu pod značkou Albert Supermarket a Albert Hypermarket.

⇒ Privátní bioznačky OŘ

Obchodní řetězce v řadě případů nabízejí ve svých prodejnách biopotraviny rovněž pod svou vlastní značkou. Jedná se konkrétně o „Albert Bio“ (AHOLD), „Naše bio“ (Billa; tato značka v České republice nahradila původní německou značku „Ja! Natürlich.“), „babylove“ (dm drogerie markt; pod touto značkou jsou však nabízeny i konvenční produkty), „Biotrend“ (Lidl) a „Tesco Organic“ (Tesco Stores).

*Poznámka: V době průzkumu i „Spar Natur*pur“ (Spar, ČOS).*

Obrázek 63: Privátní značky vybraných obchodních řetězců



Zdroj: Doležalová et al., 2014

⇒ Nabídka biopotravin

U zkoumaných OŘ byl zjišťován průměrný počet položek nabízených v jednotlivých sortimentních skupinách. Sortiment biopotravin byl v rámci šetření rozdělen do 56 skupin. Sortimentní skupiny, které zaujímaly méně než 1 % v celkovém počtu nabízených položek biopotravin, byly zahrnuty do kategorie „ostatní“.

Ve většině OŘ se v průběhu let nabídka biopotravin prohlubuje. Zatímco v roce 2007 „nejlepší“ řetězec Interspar nabízel ve své prodejně v průměru 85 různých bioproduktů, v roce 2013 nejlepšího výsledku dosáhla společnost dm drogerie markt s 625 položkami. Významný nárůst v sortimentu bio vykázaly zejména OŘ Globus, dm drogerie a Kaufland. Naopak situace v Penny Marketu nasvědčuje jen o minimálním zájmu o tento druh produkce.

Tabulka 8: Počet nabízených položek biopotravin v analyzovaných prodejnách OŘ

Obchodník	Průměrný počet biopoložek (ks)	
	2009	2013
AHOLD Czech Republic, a.s.	205	154
Billa, spol. s r.o.	108	115
dm drogerie markt s.r.o.	335	625
Globus ČR, k.s.	120	436
JEDNOTA, spotřební družstvo České Budějovice *	256	77
Kaufland Česká republika v.o.s.	142	228
Lidl Česká republika v.o.s.	-	27
Penny Market s.r.o.	38	12
SPAR Česká obchodní společnost s.r.o.	215	211
Tesco Stores ČR a.s. *	110	106

Zdroj: data GAJU

Poznámka (): V případě Jednoty, s.d. České Budějovice výzkum v roce 2013 nově zahrnoval kromě prodejen Terno i prodejny Trefa (7), proto vykazuje významně nižší průměrné zastoupení biopotravin. Supermarket Terno nabízel v okamžiku šetření 198 položek biosortimentu, zatímco provozovny Trefa cca 10 položek. Podobně došlo ke snížení průměrného výsledku u akciové společnosti Tesco Stores ČR díky zahrnutí prodejen Žabka (4), které jsou součástí franchisového řetězce provozovaného touto společností.*

Mění se průběžně struktura nabízeného biosortimentu, kdy některé sortimentní skupiny byly z nabídky vyřazeny. Dochází také ke změnám rozsahu nabídky v jednotlivých sortimentních skupinách. Například českobudějovické Terno, které mělo v roce 2007 největší počet nabízených mléčných výrobků v biokvalitě ze všech zkoumaných prodejen (42), nabízelo v době realizace výzkumu v roce 2013 v této sortimentní skupině pouze 23 položek. Velké rozdíly v počtu nabízených druhů biopotravin vykazují rovněž Tesco a AHOLD. I zde je tato skutečnost způsobena faktem, že tito obchodníci provozují různé formáty prodejen s odlišnou velikostí prodejní plochy, šíří a hloubkou sortimentu.

⇒ *Sortiment biopotravin v jednotlivých OŘ*

Následující text přináší informaci o šíři a hloubce sortimentu biopotravin ve zkoumaných prodejnách.



AHOLD (Albert, Albert Hypermarket)

Supermarkety a hypermarkety Albert nabízejí v Jihočeském kraji 66-228 sortimentních položek v biokvalitě. Jsou uváděny také pod vlastní značkou řetězce „Albert Bio“.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 154 v roce 2013 (205 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. dětské přesnídávky (17 položek), 2. mléčné produkty-kravské mléko (15) a 3. mlýnské produkty (14).



Billa

V Bille mají dlouhodobě největší zastoupení mezi biopotraviny mléčné výrobky, pokles zaznamenalo pečivo (v tomto případě stojí za poklesem ukončení dopékání biopečiva ze zmražených polotovarů (Hrabalová, 2013), dále cukrovinky, čaje a ovoce.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 115 v roce 2013 (108 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. mléčné produkty-kravské mléko (27), 2. mlýnské produkty (9), 3. nealkoholické nápoje (8).

Nově se od roku 2016 v nabídce objevují produkty společnosti Alnatura.



dm drogerie markt (dm drogerie)

Prodejny dm drogerie vykazují prohloubení sortimentu biopotraviny oproti roku 2009 ve většině sortimentních skupin. Jediný významný pokles byl zaznamenán v oblasti cukrovinek. Nabízí vždy nejméně 500 položek zboží v rámci biosortimentu. K této nabídce významně přispívá spolupráce s dodavatelskou společností *Alnatura*. Mezi netradiční položky patří např. kokosové mléko, široký sortiment sójových produktů, arašídová másla nebo masné produkty, které jsou však ve srovnání s jinými sortimenty zastoupeny jen v několika položkách.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 625 v roce 2013 (335 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. dětské přesnídávky (102), 2. trvanlivé pečivo (71), 3. nealkoholické nápoje (51).



Globus

Globus nabízí jednoznačně nejvíce biovýrobků ze všech širokosortimentních obchodních řetězců. Zajímavé je například poměrně výrazné zastoupení masa a masných výrobků v biokvalitě. Globus svou privátní bioznačku nemá, ale většinu

biopotravin zde představuje značka Alnatura. V hypermarketu naleznou zákazníci také bezpečkové bio výrobky pod značkou Alnavit.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 436 v roce 2013 (120 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. mléčné produkty-kravské mléko (55), 2. cukrovinky (49), 3.-4. dětské přesnídávky a nealkoholické nápoje (37).



Interspar (již není zastoupen na trhu)

V prodejnách Interspar se nabídka biopotravin proměnila, v některých kategoriích (jako například v mlýnských produktech) došlo k nárůstu položek, jinde k poklesu. Další kategorie jako např. trvanlivé pečivo a dětská výživa jsou zastoupeny nově. Přestože došlo k omezení, byly stále v nabídce výrobky z kategorie maso a masné produkty.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 211 v roce 2013 (215 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. dětské přesnídávky (32), 2. mléčné produkty-kravské mléko (28), mlýnské produkty (16).



Kaufland

V prodejnách Kaufland se nabídka biopotravin drží na poměrně stabilní úrovni, výjimku tvoří dětská výživa, kde došlo ke značnému rozšíření nabídky.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 228 v roce 2013 (142 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. dětské přesnídávky (83), 2. dětské nápoje (18), 3. mléčné produkty-kravské mléko (15).



Lidl

Při výzkumu v roce 2009 ještě řetězec Lidl nezařazoval do své nabídky biopotravin. V roce 2013 z celkové nabídky 56 sortimentních skupin bylo zastoupeno v řetězcích Lidl pouhých 11.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 27 v roce 2013 (v roce 2009 nebyly biopotravin součástí nabídky).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. mléčné produkty-kravské mléko (8), 2. zelenina (dovoz) (5), 3. rýžové produkty (3).

Poznámka: V posledních 2 letech se nabídka biopotravin v OŘ Lidl zlepšuje, včetně sortimentu ovoce-zelenina. Na biopotravin jsou zaměřeny i některé týdenní nabídkové akce.



Penny Market

V roce 2009 bylo v nabídce OŘ Penny Market 12 sortimentních skupin biopotravin, v roce 2013 pouze 6. Stále přetrvává největší nabídka ve skupině „mléčné produkty-kravské“, ale na prodejně jsou průměrně pouze 4 druhy položek. Ostatní sortimentní skupiny jsou zastoupeny průměrně 1 nebo 2 druhy zboží.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 12 v roce 2013 (38 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. mléčné produkty-kravské mléko (4), 2.-3. rýže a rýžové produkty, bylinné a ovocné čaje (2).



JEDNOTA (Terno, Trefa)

Zatímco vývoj nabídky bioproduktů v letech 2007-2009 byl v Ternu pozitivní, při srovnání s výsledky šetření v roce 2013 je patrný pokles. Zastoupení biopotravin v jednotlivých skupinách významně kleslo. Do průzkumu v roce 2013 navíc vstoupily prodejny Trefa, které průměrný výsledek dále snižují. V těchto prodejnách je nabídka až řádově nižší (od 10 do 82 položek oproti 198 položkám v nabídce Terna ČB).

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 77 v roce 2013 (256 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. pečivo (11), 2. mlýnské produkty (10), 3. bylinné a ovocné čaje (9).



Tesco Stores (Tesco, Žabka)

Z celkového počtu 56 sortimentních skupin v nabídkovém listu jich Tesco nabízí 35. 13 skupin však nedosahuje ani 1 % z celkového počtu nabízených položek.

- Průměrný počet biopoložek na prodejnu: 211 v roce 2013 (215 v roce 2009).
- Tři nejvíce zastoupené sortimentní skupiny: 1. dětské přesnídávky (26), 2. mléčné produkty-kravské mléko (12), 3. dětské nápoje (9).

Nejmenší zastoupení mají biopotraviny v prodejnách Penny Market a Lidl, což lze teoreticky očekávat, s ohledem na diskontní charakter těchto prodejen. Lidl však v roce 2013 vstoupil i na český trh s vlastní značkou Biotrend a je tedy pravděpodobné další rozšiřování nabídky biopotravin v prodejnách tohoto obchodního řetězce. Pokud jde o strukturu nabídky biopotravin, v prodejnách Penny Market jsou nejvíce zastoupeny mléčné výrobky, Lidl nabízí mléčné produkty, ovoce, zeleninu, těstoviny, protlaky a oleje.

Vedle prodejen dm drogerie markt mají obecně největší nabídku biopotravin hypermarkety. Nejméně 200 položek nabízely v roce 2013 všechny prodejny Kaufland a Interspar.

Kaufland pak disponuje nejrozmanitější nabídkou dětských přesnídávek a příkrmů ze všech širokosortimentních prodejen. Větší výběr je pouze v prodejnách dm drogerie markt. Největší počet biopotravin mezi širokosortimentními prodejny potravin má v nabídce řetězec Globus (448 položek), a to zejména ve skupině nealkoholických nápojů, cukrovinek a mléčných produktů. Podrobný náhled na zastoupení biopotravin v hypermarketu Globus přináší příloha 7.

Zastoupení masa a masných výrobků ve srovnání s rokem 2009 významně pokleslo, v nabídce měl tyto produkty významněji pouze Globus, ostatní obchodníci jen sporadicky (maximálně ve dvou položkách). Významný nárůst naopak zaznamenala nabídka dětské výživy.

⇒ *Prezentace biopotravin*

Většina zkoumaných prodejen umisťuje biopotraviny mezi ostatní, tedy konvenční, potraviny. Pokud se již vyskytuje samostatně vyčleněný regál či „biokoutek“, nacházejí se v něm pouze některé sortimentní skupiny biopotravin. Jen velmi zřídka je přítomnost biopotravin mezi nabídkou zboží nějakým způsobem zvýrazněna. Biozelenina je vždy zařazena mezi konvenční zboží. Informace jsou zpravidla uvedeny pouze na etiketě či na bedýnce. Nejhůře rozpoznatelné od konvenčních jsou pak biopotraviny v sortimentu mléčných výrobků. V prodejnách nejsou využívány žádné komunikační prostředky pro upoutání pozornosti zákazníků k biopotravinám. Při namátkových dotazech měli zaměstnanci obtíže poradit při hledání biopotravin a o konkrétních biopotravinách nebyli schopni poskytnout jakékoli informace. Biopotraviny jsou přitom považovány za jednu z kategorií, která je velmi náročná právě z hlediska požadavků na informace. Formulace jasných a přesvědčivých marketingových sdělení je v tomto případě velmi obtížná. Zákazníkům je navíc zpravidla nutné vysvětlit, proč by měl za výrobek, který je na první pohled stejný jako konvenční, zaplatit více (Wright a McCrea, 2007).

Průzkumy na úrovni vedení OŘ

V rámci šetření byla kontaktována vedení všech analyzovaných obchodních řetězců formou dotazníku, s cílem vymezit prodejní politiku obchodních řetězců ve vztahu k biopotravinám. Relevantní odpověď byla získána od 5 společností. Jednalo o Kaufland Česká republika v.o.s., AHOLD Czech Republic, a.s., Globus ČR, k.s., Lidl v.o.s., JEDNOTU, spotřební družstvo České Budějovice. Následující text shrnuje základní poznatky.

⇒ *Sortiment biopotravin*

Biopotraviny se podílí maximálně 5 % na celkovém potravinářském sortimentu dotazovaných obchodních řetězců. Za poslední tři roky největší dynamiku prodeje zaznamenaly řetězce u čerstvých potravin, mléčných výrobků, ovoce a zeleniny, dětského sortimentu, zdravé výživy a prodeje vín. Naopak za problematické položky v biosortimentu považují řetězce kečupy či dressingy, některé druhy chlazeného masa a čerstvých potravin ze zahraničí, ryby a uzeniny. Za ekonomicky málo výhodnou sortimentní skupinu je považována dětská výživa resp. přesnídávky, a to z důvodu nejnižší nastavené marže. Současná nabídka biopotravin je podle představitelů obchodních řetězců dostačující a neplánují její rozšíření ve větším měřítku. Rozšíření připadá v úvahu zejména o trendové novinky a lokální produkci. Případně se může jednat o drobné úpravy sortimentu ve smyslu zařazení nové položky či záměny již prodávané položky od stávajícího dodavatele. V následujících třech letech očekávají dotázané řetězce mírně rostoucí trend prodeje biopotravin.

⇒ *Bariéry nákupu*

Bariérou většího zájmu spotřebitelů je podle názoru obchodníků zejména vysoká cena oproti konvenčním potravinám (Singr, 2011; Živělová a Crhová, 2013). Mezi spotřebiteli totiž panuje významná neochota platit vyšší částku za certifikované bio, jak upozornili např. Janssen a Hamm (2011). Za další překážky obchodníci považují nedůvěru v biopotraviny nebo i malou informovanost ze strany spotřebitele, což potvrzují i závěry Potravinářské komory ČR (2010). Aby se zvýšilo povědomí o biopotravinách, využívají řetězce různých nástrojů promotion, např. poskytování informací prostřednictvím letáků, ochutnávky, možnost objednávek biomasa, podlahovou reklamu, komunikaci se zákazníky na webu či v místě prodeje, nabídku kuchařek s recepty a prezentací biopotravin, které se v řetězcích dají koupit.

⇒ *Kvalita biopotravin*

Kvalita biopotravin byla ze strany obchodních řetězců hodnocena jako „výborná“. Kvalita tuzemských biopotravin byla označena jako plně srovnatelná se zahraniční bioprodukcí.

⇒ *Zákazník nakupující biopotraviny z pohledu OŘ*

Pokud měly řetězce charakterizovat typického zákazníka nakupujícího biopotraviny, popsaly ho takto: spíše mladé aktivní ženy, které mají zájem o zdraví. Nákup biopotravin řeší zákazníci se středoškolským a vysokoškolským vzděláním, zákazník se základním vzděláním má o biopotraviny jen minimální zájem.

⇒ *Regionální potraviny*

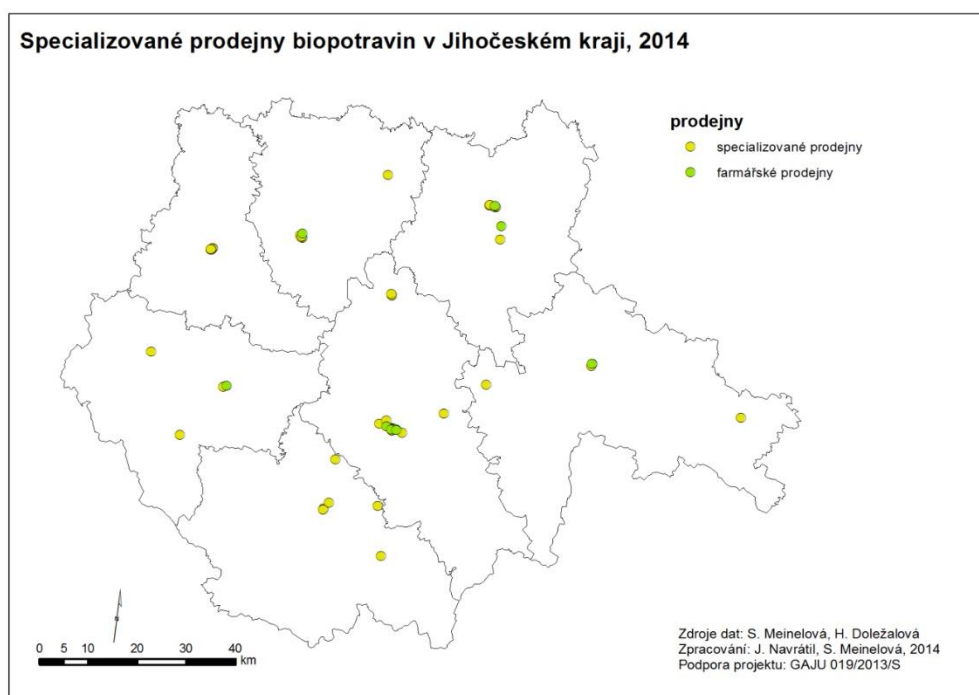
K možnosti dodávek regionálních biopotravin zaujímá většina řetězců otevřený, pozitivní vztah a nebrání se spolupráci s novými regionálními producenty. K výhodám prodeje regionálních produktů řadí obchodníci např. nižší přepravní náklady, podporu místní produkce nebo také vyšší úroveň „biokvality“ (produkty z ekologicky „čisté“ jihočeské oblasti). Naopak faktory, které brání většímu zastoupení regionální produkce, jsou nedostatečné kapacity (nízká nabídka v daném sortimentu) nebo nedostatečně propracovaná logistika (Doležalová et al., 2014; Ježková, 2014).

4.2.2 Specializované prodejny

V rámci dotazníkového šetření realizovaného v období září - prosinec 2013 bylo dotázáno 45 prodejen zdravé výživy, biopotravin a farmářských prodejen. Tento soubor představoval všechny dohledatelné specializované prodejny s nabídkou biopotravin. Dotazník vyplnilo 33 prodejen (15 prodejen z Českých Budějovic a 18 prodejen z dalších „okresních“ měst v Jihočeském kraji). Dotazování bylo zaměřeno na analýzu sortimentu z pohledu objemu i kvality, dále na dodavatele, orientaci na regionální bioprodukcí, propagaci apod. Dále také na srovnání se situací v obchodních řetězcích.

Geografické rozmístění jednotlivých prodejen na území „okresů“ Jihočeského kraje přibližuje obrázek 64. Vzhledem k malému měřítku mapy a hustotě zastoupení prodejen ve stejných městech některé zobrazené body splývají, přesto je koncentrace prodejen v daných oblastech dostatečně zřejmá.

Obrázek 64: Lokalizace specializovaných a farmářských prodejen (Jihočeský kraj, 2014)



Zdroj: Data a zpracování GAJU

Sledované specializované prodejny (na mapě vyznačené žlutými body) byly umístěny v rámci kraje zpravidla ve větších městech. Nejvíce specializovaných prodejen zdravé výživy a biopotravin bylo zastoupeno v okrese České Budějovice, např. prodejny *Slunečnice*, *Bio obchod*, *Harmonie*, *Pampeliška*, *U Dobráka*. Druhý největší počet těchto prodejen byl v českokrumlovském okrese, následovaly okresy Prachatice, Písek, Tábor a Strakonice. Nejméně specializovaných prodejen bylo identifikováno v okrese Jindřichův Hradec.

Farmářské prodejny, které byly v rámci analýzy sledovány odděleně (na mapě je zobrazují zelené body), byly rovněž zastoupeny převážně v okrese České Budějovice (4). Konkrétně se jednalo o prodejny *Náš Grunt*, *U Farmářky*, *U Dobráka* a *Chut' venkova*. Další farmářské prodejny byly dohledány v okrese Tábor (*Náš Grunt* a *Chut' & zdraví*), po jednom subjektu pak v okresech Jindřichův Hradec (*Selský obchod U Langrů*), Písek (*Farmářské potraviny Písek*) a Prachatice (*Farmářský obchod*). Ve zbývajících dvou okresech (Strakonice a Český Krumlov) se farmářské prodejny nevyskytovaly vůbec.

➔ *Prodejní sortiment*

Biopotraviny zaujímaly v prodejním sortimentu oslovených prodejen v průměru 30 až 40 %. Z důvodu stagnujícího zájmu spotřebitelů o biopotraviny, zůstal podíl biopotravin v prodejním sortimentu za poslední tři roky přibližně stejný. Nabídka biopotravin v těchto

prodejnách byla velice pestrá. Míra zastoupení jednotlivých skupin biopotravin pak podle dotázaných obchodníků odpovídala poptávce ze strany spotřebitelů. Nejčastěji zastoupenými sortimentními skupinami biopotravin byly:

- mlýnské a škrobárenské výrobky (především obiloviny a těstoviny),
- čaje,
- luštěniny,
- ovocné a zeleninové šťávy,
- trvanlivé pečivo a pochutiny.

Nejméně zastoupenými skupinami byly maso a masné výrobky, vejce, mražené ovoce a zelenina, dětská výživa a hotové pokrmy. Pokud jde o maso, prodejny zpravidla neměly ani odpovídající podmínky pro jeho prodej.

Podrobný náhled na nabídku biopotravin ve specializovaných prodejnách je uveden v příloze 8.

➔ *Kvalita biopotravin*

Co se týče kvality prodávaných biopotravin, prodejci neshledávali výrazné rozdíly mezi dodávanými tuzemskými a zahraničními potravinami, přesto hodnotili mírně lépe tuzemské biopotraviny, Ty dosáhly průměrné známky 1,9, zatímco průměrné hodnocení u dovážených biopotravin bylo 2,3 (hodnoceno pomocí klasické školní stupnice 1-5).

➔ *Dodavatelé*

Nejvýznamnějšími dodavateli biopotravin do specializovaných prodejen jsou velkoobchodníci (cca 66 %), 14 % představují výrobci biopotravin, po 10 % pak ekologické farmy a jiné subjekty.

Jako konkrétní dodavatele nejčastěji prodejny uváděly:

- COUNTRY LIFE s.r.o.
- PRO-BIO, obchodní společnost s r.o.
- SUNFOOD s.r.o.;
- bio nebio s.r.o.
- Natural Jihlava J. K. s.r.o.

Úroveň dodavatelů hodnotili prodejci výborně až velmi dobře, průměrná známka se pohybovala zpravidla do 1,5 (pouze v jednom případě činila 1,83). Negativní zkušenosti v souvislosti s dodávkami biopotravin zaznamenalo jen malé množství prodejců.

Nepříjemnosti byly spojené především s nečekaně krátkou trvanlivostí čerstvého zboží, nepravidelností dodávek či blížící se lhůtou minimální trvanlivosti.

Nabídka biopotravin ze strany dodavatelů je podle prodejců dostačující jak v šířce, tak hloubce dodávaného sortimentu.

➔ *Zákazník nakupující biopotravinu*

Typickým zákazníkem nakupujícím biopotravinu ve specializované prodejně jsou podle dotázaných prodejců spíše mladé aktivní ženy s vysokým zájmem o zdraví, bez ohledu na příjmy, rodinné zázemí i vzdělání.

Většímu zastoupení biopotravin v prodejním sortimentu brání podle prodejců především nízká poptávka ze strany zákazníků. Ta podle jejich názoru vyplývá především z neochoty akceptovat cenu nabízeného biosortimentu a z nedůvěry v biopotravinu. Nedůvěra pak úzce souvisí s nedostatečnou informovaností spotřebitelů. Řada prodejců ovšem ke zvyšování informovanosti spotřebitelů příliš nepřispívá. Propagaci se věnuje pouze 42 % dotázaných.

Nicméně pokud jde o názor na vývoj poptávky po biopotravinách v následujících třech letech, jsou prodejci spíše optimističtí. 40 % očekává mírný nárůst poptávky a 15 % dokonce poptávku výrazně rostoucí. Oproti tomu jen 6 % očekává výraznější pokles prodeje biopotravin.

➔ *Regionální biopotravinu*

Potravinu z Jihočeského kraje do své nabídky zařazuje cca polovina dotázaných prodejen (51,5 %). Nejčastěji se jedná o mléčné produkty (v 15 případech), zeleninu, vejce, maso, masné výrobky a ovoce. Většina prodejen (70 %) by ráda v budoucnu svůj nabízený regionální sortiment ještě rozšířila, a to jak v rámci aktuálně nabízených sortimentních skupin, tak i zcela nových. Čtyři prodejny uvažují o zařazení regionálních biopotravin do své nabídky v budoucnu. V takovém případě zvažují nabídku ovoce, zeleniny, vajec, mléčných produktů a pečiva.

Za největší *výhodu* nabídky regionální produkce prodejci považují *sociální aspekt-podporu místní produkce*. Většina prodejců zde uvedla také *záruku kvality, ekonomické výhody a flexibilitu dodávek*.

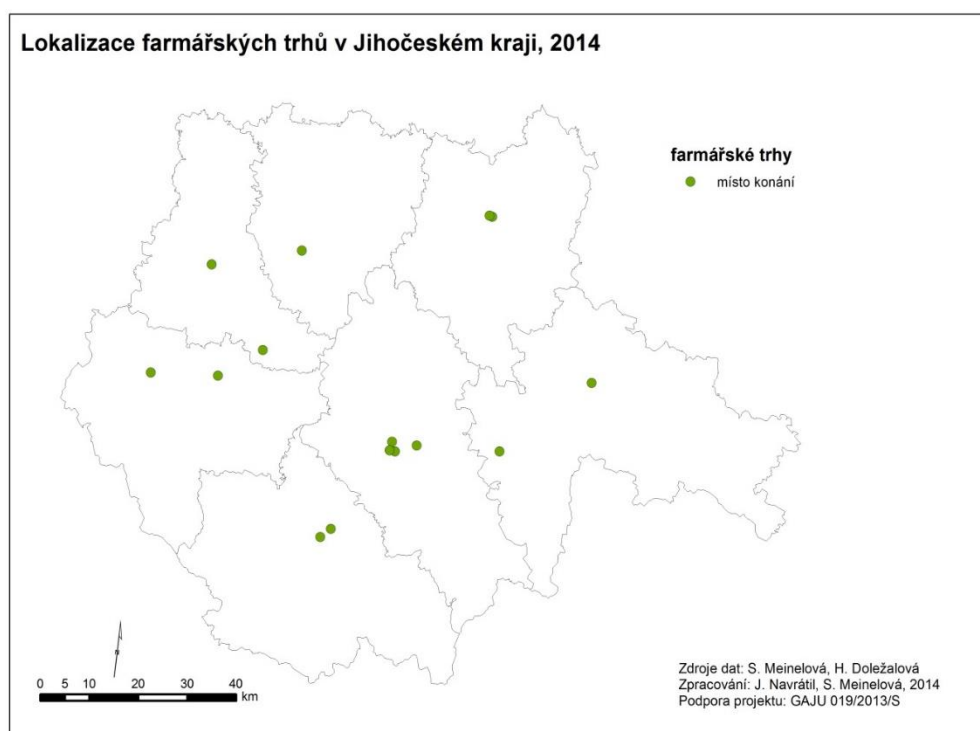
Naopak za hlavní *překážky*, které brání prodeji regionálních biopotravin, prodejci považují *nedostatek producentů* a s nimi spojenou nedostatečnou nabídku regionálních biopotravin, *relativně vysokou cenu a sezónnost* (Doležalová et al., 2014; Hanzalová, 2014).

4.2.3 Alternativní formy prodeje

A FARMÁŘSKÉ TRHY

Farmářské trhy jsou pořádány ve větších měst jednotlivých okresů (podobně jako jsou zde koncentrovány specializované prodejny). Jak je zřejmé z mapy (obrázek 65), jsou farmářské trhy zastoupeny ve všech okresech Jihočeského kraje.

Obrázek 65: Lokalizace farmářských trhů (Jihočeský kraj, 2014)



Zdroj: Data a zpracování GAJU

Celkem bylo identifikováno 14 pravidelných farmářských trhů, z toho 4 v okrese České Budějovice (např. *Trh U Vrby* a *Farmářské trhy Terno*), po 2 trzích v okresech Český Krumlov (*Farmářské trhy za Městským divadlem*, *Farmářské a řemeslné trhy Terno*), Jindřichův Hradec (*Farmářské trhy Jindřichův Hradec*, *Farmářské trhy Třeboň*), Prachatice (*Chlumanský trh*, *Vimperké farmářské trhy*) a Strakonice (*Farmářské trhy Bavorov*, *Farmářské trhy Strakonice*) a pouze 1 farmářský trh je realizován na území okresů Písek (*Farmářské trhy Písek*) a Tábor (*Farmářsko-řemeslné trhy Tábor*).

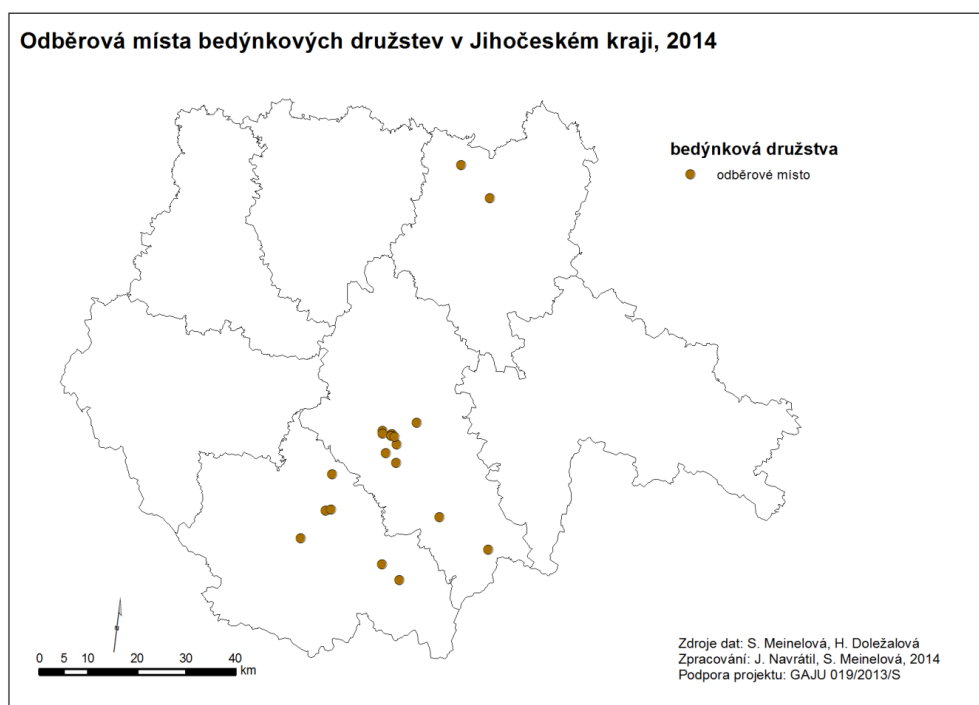
Farmářské trhy, které v České republice zažívají novodobý boom, jsou zpravidla pořádány pod širým nebem, což přináší řadu úskalí zejména z pohledu bezpečnosti prodávaných produktů. Na tyto problémy upozorňují i kontrolní orgány, konkrétně Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) a Státní veterinární správa (SVS). SZPI proto např. v roce

2010 vyjmenovala pět základních pravidel, kterými by se měli prodejci na těchto trzích řídit (Línková, 2010), následně pak vydala své desatero ještě SVS (Farmářské trhy, n. d.).

B BEDÝNKY

V současné době působí v Jihočeském kraji celkem 9 registrovaných bedýnkových družstev (z celkového počtu 110 registrovaných v celé ČR; portál www.bedynky.cz) s celkem 22 oficiálními odběrnými místy (z celkového počtu 379). Lokalizace těchto odběrných míst je zobrazena v mapě (obrázek 66). Ačkoliv tato bedýnková družstva sídlí pouze ve třech bývalých okresech (České Budějovice, Český Krumlov a Tábor), jejich působnost přesahuje i do dalších okresů, obsluhují tak zákazníky z dalších oblastí Jihočeského kraje.

Obrázek 66: Lokalizace odběrových míst bedýnkových družstev (Jihočeský kraj, 2014)



Zdroj: Data a zpracování GAJU

Zákazník si v podstatě může vybírat mezi ovocnými, zeleninovými nebo kombinovanými bedýnkami sestavenými farmářem nebo družstvem, nebo si složení bedýnky stanoví sám. Ovocná biobedýnka obsahuje zpravidla 90 % lokálního nebo dováženého bioovoce, zbývajících deset procent představuje základní kořenová či listová zelenina, samozřejmě z bioprodukce. Zeleninová bedýnka je pak sestavena v opačném poměru, tedy z 90 % z biozeleniny a je doplněna několika druhy ovoce. V případě kombinované bedýnky je poměr bioovoce a biozeleniny 1:1, tedy 50 % bioovoce a 50 % biozeleniny. Jestliže zákazník dává přednost lokální produkci, může se rozhodnout pro tzv. českou biobedýnku, která je sestavena ze sezónní produkce z Čech (Doležalová et al., 2014).

Shrnutí

Prodeji biopotravin se věnují především OŘ a specializované prodejny (celkově mají v ČR 66% podíl na prodeji biopotravin). Následuje přímý prodej a své nezastupitelné místo začínají mít také alternativní formy prodeje, konkrétně farmářské trhy a bedýnkový systém dodávek. Zvyšuje se nabídka prodeje prostřednictvím e-shopů či lékáren (nebyly předmětem analýz).

Zastoupení biopotravin v obchodních řetězcích (OŘ) se liší v závislosti na typu maloobchodního prodeje (výrazně menší je u diskontně orientovaných prodejen) a také velikosti prodejní plochy. Např. prodejny Trefa či Žabka nabízí výrazně méně biopotravin ve srovnání s velkoplošnými formáty, které provozují stejné OŘ (JEDNOTA/Tesco Stores). Celkově největší nabídku biopotravin měl v době průzkumu drogistický řetězec dm drogerie markt (625 položek), z širokosortimentních prodejen OŘ Globus (435 položek). Biosortiment se průběžně mění, a to jak v zastoupení sortimentních skupin (šíře biosortimentu), tak i rozsahu nabídky v rámci jednotlivých skupin (hloubka biosortimentu). Nejčastěji zastoupenými skupinami v OŘ byly dětské přesnídávky, mléčné výrobky (kravské mléko), mlýnské výrobky, nealkoholické a dětské nápoje a rýže/rýžové výrobky. Na minimální úrovni zůstává nabídka masa a masných výrobků, ovoce a zeleniny (včetně výrobků z ovoce a zeleniny) a čerstvého pečiva. OŘ se orientují především na nabídku základních druhů biopotravin, hloubka biosortimentu je zde relativně malá. Výjimkou je osvědčený sortiment dětské výživy. Většina OŘ využívá privátní značku pro oblast biopotravin a právě v této oblasti se nabídka jednotlivých OŘ významněji odlišuje.

Slabší stránkou prodeje biopotravin v OŘ zůstává prezentace na prodejním místě a obecně komunikace se zákazníkem. Biopotraviny zpravidla nejsou na prodejní ploše nabízeny odděleně („biokoutky“), což je doporučováno i marketingovými specialisty. Ale zároveň nejsou na prodejních místech dostatečně zvýrazněny, nejsou dostatečně využívány komunikační prostředky. V tomto ohledu se záměr vedení OŘ a realita na prodejních místech významně liší (porovnání výsledků dotazování na úrovni vedení OŘ a terénního šetření). Obsluha v OŘ není často schopna o nabízených biopotravinách poskytnout potřebné informace. Slabým místem prodeje biopotravin v OŘ se tak stává kvalifikace prodejního personálu a obecně absence dostatečné komunikace se zákazníkem. Bez potřebné distribuce informací (prodejní personál, ale i např. informační letáky), ochutnávek apod. se důvěra v biopotraviny nezlepší, tj. ani se nezvýší ochota zaplatit vyšší částky za tyto certifikované produkty. Zákazník by měl vědět, proč by si měl biopotraviny

zakoupit (jaké jsou jejich hlavní benefity) a jaké konkrétní biopotraviny daná prodejna nabízí.

Vedení OŘ zpravidla očekává mírný nárůst prodeje biopotravin, nikoli však rozšíření ve větším měřítku. Počítají např. s novým zařazením lokální produkce či trendových novinek. K lokální produkci se staví vedení OŘ vstřícně, ale problematické jsou z jejich pohledu požadovaný objem a logistika dodávek.

Specializované prodejny (SP) naopak disponují větší šíří i hloubkou biosortimentu oproti OŘ. V posledních letech se nabídka významněji nerozšiřovala, a to z důvodu jisté stagnace poptávky. Do budoucna však majitelé očekávají mírně rostoucí trend prodeje biopotravin. SP jsou dostupné zejména ve větších městech, tj. v místech s dostatečnou koncentrací poptávky. Některé zároveň slouží i jako odběrná místa v rámci bedýnkových systémů. Nejčastěji zastoupenými skupinami byly v době šetření mlýnské výrobky, těstoviny, luštěniny, čaje, trvanlivé pečivo, ovocné a zeleninové šťávy. Naopak nejméně byly zastoupeny maso a masné výrobky, vejce, zelenina a ovoce (mražené i čerstvé), dětská výživa a hotové pokrmy. Cca polovina SP nabízí regionální bioprodukcí a snaží se tak podporovat rozvoj místních ekofare. Tyto dodávky jsou pro ně zároveň zárukou vyšší kvality, čerstvosti a také vykazují lepší flexibilitu.

OŘ i SP považují kvalitu biopotravin za výbornou, o něco lépe hodnotí kvalitu u české bioprodukce. Za typického zákazníka nakupujícího biopotraviny považují mladé aktivní ženy se zájmem o zdraví, spíše se SŠ či VŠ vzděláním. K rozvoji biotrhu by měly OŘ i SP přispívat zlepšováním informovanosti svých zákazníků, šíří a hloubkou nabídky kvalitních biopotravin a také zodpovědnou cenovou politikou.

Z pohledu prodejních alternativ se v Jihočeském kraji rozvíjí jak bedýnkové formy distribuce bioprodukce, tak pokračuje i organizace farmářských trhů. Obě alternativy se zaměřují na prodej čerstvé faremní produkce, a tak optimálně doplňují nabídku klasických prodejních formátů. Obecně je problémem bedýnkových systémů např. dostupnost (dovozové vzdálenosti, rozmístění odběrných míst, časové omezení odběru apod.), sezónnost, často i „neznámé“ složení bedýnky (je sjednán např. jen obecný charakter dodávky). U farmářských trhů pak kromě dostupnosti (dojezdová vzdálenost a přesně stanovené termíny konání), také např. nepoctivost prodejců (prodej konvenční produkce) či zhoršené hygienické podmínky (v případě prodeje masa/masných výrobků, mléka/mléčných výrobků, hotových pokrmů apod.). Obě formy i přes svá omezení jsou velmi významnou součástí nabídky bioprodukce na (jiho)českém trhu.

4.3 Spotřeba biopotravin

Existuje mnoho důvodů, proč kupovat biopotraviny. Jedná se například o minimální obsah pesticidů, lepší chuť oproti konvenčním potravinám, dalším důvodem je udržitelnost produkce, kdy biopotraviny zbytečně neznečišťují životní prostředí (Wolchover, 2012).

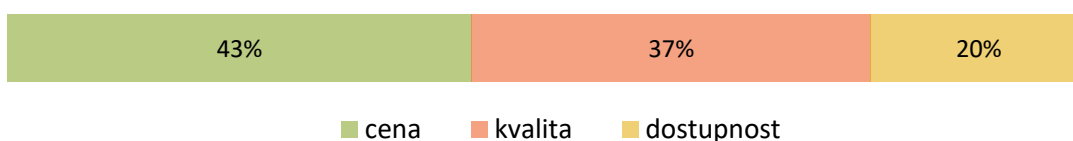
V následujícím textu budou prezentovány výsledky spotřebitelského průzkumu zaměřeného na biopotraviny. Soubor čítající 1100 respondentů odpovídal skladbou demografickému profilu české populace. Spotřebitelské průzkumy se zabývaly obecnou znalostí problematiky bioprodukce, mírou aktivního zájmu o biopotraviny, důvody a bariérami tohoto zájmu, spokojeností s biopotravinami, a konkrétně jejich cenou.

Poznámka: V průzkumu byla k hodnocení zpravidla využívána hodnotící škála 1-5 dle klasické školní stupnice.

Kvalita - cena - dostupnost

Při nákupu potravin jsme ovlivňováni třemi základními skutečnostmi: cenou, kvalitou a dostupností produktu v daném prodejním místě. Respondenti měli bodově ohodnotit, jak tyto skutečnosti reálně ovlivňují jejich kupní rozhodování. Konkrétně měli rozdělit mezi tyto faktory 10 preferenčních bodů. Výsledek: Nákupní rozhodování respondentů ze 43 % ovlivňuje cena, z 37 % faktor kvality a z 20 % pak fyzická dostupnost.

Obrázek 67: Faktory ovlivňující nákupní rozhodování



Zdroj: Data a zpracování GAJU

Atributy kvality potravin

Výsledek: Téměř všichni respondenti (915 respondentů, 83,2 %) si pod pojmem kvalita potravin představují atribut „čerstvosti“. Druhou nejčastější odpovědí byla „chuť“ (560 respondentů, 50,9 %). S minimálním odstupem pak respondenti označili třetí nejčastější atribut kvalitních potravin „potraviny bez náhražek“ (529 respondentů, 48 %). Následovaly „vzhled“ (38,4 %), „přírodní charakter“ (24,6 %), „bezpečnost“ (21,5 %) a na posledním místě se umístila překvapivě „nutriční hodnota“ s 9,1 %.

Kvalita a biopotraviny

Do jaké míry však český respondent spojuje s vyšší úrovní kvality právě biopotraviny? Respondentům byly předloženy 4 kategorie potravin, a to: „potraviny českého původu“, „regionální potraviny“, „potraviny nakoupené přímo na farmě/farmářském trhu“ a „biopotraviny“. Tyto kategorie měli ohodnotit tradiční hodnotící škálou od 1-5, kde 1 znamenala, že daná kategorie potravin je velmi významně spojena s vyšší úrovní kvality a 5 znamenala opačný názor.

Výsledek: Respondent nejčastěji spojuje s vyšší kvalitou potraviny nakoupené přímo na farmě, bez ohledu na organický původ (průměrné hodnocení 2,27). Následují regionální (2,33) a české (2,36) potraviny, bohužel až s větším odstupem a hodnocením 2,86 se umístily biopotraviny. (Jiho)českého spotřebitele tak přesvědčují o kvalitě potravin více jiné atributy, než je jejich organický původ.

Znalost problematiky biopotravin

Výsledek: Průměrné hodnocení 3,94 (dle klasické školní hodnotící stupnice) potvrzuje skutečnost, že český spotřebitel má stále velmi podprůměrné znalosti o biopotravinách, a je si toho vědom (forma samohodnocení). Následující otázka, která se týkala identifikace bioznaček (evropská a česká národní bioznačka), situaci víceméně potvrzuje. Z respondentů, kteří mají podle vlastního ohodnocení alespoň minimální znalosti o biopotravinách, dokázalo správně identifikovat evropské logo 46 % dotázaných (identifikace značky ze 4 alternativních obrázků). V případě znalosti českého loga byla situace lepší. České logo znalo 62 % respondentů, nejčastěji byla za národní logo nesprávně považována privátní značka obchodního řetězce Billa „Naše bio“.

Respondenti dále hodnotili *zdroje informací* o biopotravinách. Relativně nejlépe byly jako zdroj hodnoceny internet a média (tisková, zvuková, obrazová). Při využití známek 1-5 (1 - zásadní zdroj, 5 - minimální zdroj) dosáhly hodnot 2,64 a 2,73. O něco hůře (známka 3,09) pak dopadla samotná prodejní místa. Biopotraviny jsou v českém prostředí nabízeny významně v obchodních řetězcích, kde je podpora prodeje biopotravin na nižší úrovni ve srovnání se specializovanými prodejny biopotravin/zdravé výživy. *Bohužel nejhůře bylo jako zdroj informací hodnoceno školní prostředí (známka 3,81)*. Průzkum byl realizován na vzorku odpovídajícím věkové struktuře české společnosti, toto hodnocení tedy odráží situaci ve školství zejména v letech minulých. Obecně však školy nemají v současné době reálný zájem o stravování žáků/studentů v biokvalitě a žákům/studentům nejsou předávány ani dostatečné informace o problematice biopotravin.

Média, považovaná za relativně významný zdroj informací o biopotravinách, však často předkládají tento ideový koncept biopotraviny: biopotravina = potravina předražená, která nemá významnější výživový přínos pro spotřebitele.

Zásadní otázkou pro podporu prodeje biopotravin v české zemi stále zůstává: Jak dostatečně, objektivně a důvěryhodně informovat české spotřebitele o biopotravinách.

Aktivní zájem o biopotraviny

(R = 654, odpovídali pouze respondenti, kteří biopotraviny znali, tj. hodnocení informovanosti \leq hodnotě 4).

V této otázce byl zjišťován aktivní zájem respondentů o biopotraviny. Hodnota 1 v této otázce představovala situaci, kdy se respondent o biopotraviny aktivně zajímá a hodnota 5 situaci, kdy se respondent o biopotraviny vůbec nezajímá.

Výsledek: 27 % respondentů se o biopotraviny nezajímá (známka 5) a svoji odpověď komentovali např. tím, že vlastní svoji zahrádku, biopotraviny jsou pro ně moc drahé, nebo že nemají v biopotraviny důvěru. 29 % respondentů hodnotilo svůj zájem známkou 4, průměrně (známka 3) se o biopotraviny zajímá 34 % respondentů, 8 % respondentů ohodnotilo svůj zájem o biopotraviny známkou 2 a pouze zbylá 2 % respondentů se o biopotraviny zajímá velmi aktivně (1). Průměrně vychází zájem o biopotraviny na úrovni 3,71, tj. *spotřebitelé, kteří biopotraviny znají, se o ně df. aktivně nezajímají.*

Otázka měla opět filtrační charakter a vyselektovala z dalšího dotazování respondenty, kteří sice biopotraviny znají, ale aktivně se o ně nezajímají. Dále ve vyplňování dotazníku pokračovalo 475 respondentů.

Důvody zájmu o biopotraviny

(R = 475, na další otázky odpovídali pouze respondenti, kteří se o biopotraviny zajímají. Tj. zájem ohodnotili hodnotou \leq 4).

Z výsledků šetření vyplývá, že se respondenti nejvíce zajímají o biopotraviny ze zdravotních důvodů (průměrné hodnocení 2,1). S velmi podobným průměrem se pak umístily ekologické důvody (průměrné hodnocení 2,4), dále senzorické důvody (průměr 2,8) a nejhůře byla ohodnocena společenská prestiž (průměrné hodnocení 4,1).

Spokojenost s kvalitou biopotravin

Výsledek: téměř polovina respondentů označila odpověď „ani spokojenost, ani nespokojenost“ (49 % respondentů). 42 % respondentů je s kvalitou biopotravin na českém

trhu spíše spokojeno, 6 % respondentů je vysoce spokojeno a 3 % respondentů jsou s kvalitou na českém trhu spíše nespokojeni. Zásadně nespokojen nebyl žádný respondent. Při hodnocení pomocí školní klasifikační stupnice 1-5, vychází průměrné hodnocení 2,49. Toto hodnocení se již týkalo respondentů s aktivním zájmem o biopotraviny, tedy reálně biopotraviny nakupujících. Zde je již vliv víceméně „negativní“ mediální prezentace biopotravin korigován osobními zkušenostmi.

Nabízí se otázka: Je toto hodnocení dostatečně stimulující pro další nárůst prodeje biopotravin? Co udělat pro lepší image biopotravin v Česku?



Spokojenost s kvalitou vybraných biopotravin a adekvátnost ceny biopotravin

Respondenti posuzovali kvalitu u 19 biokomodit. Zároveň byla hodnocena i adekvátnost ceny daných biopotravin. Výsledky z dotazníkového šetření jsou uvedeny v následující tabulce 9.

Tabulka 9: Spokojenost s kvalitou a cenou biopotravin

Biopotravina	Spokojenost s kvalitou	Adekvátnost ceny
Bio maso	2,40	3,23
Bio masné výrobky	2,59	3,21
Bio mléko	2,29	2,95
Bio mléčné produkty	2,36	2,98
Bio vejce	2,44	3,05
Bio mouka	2,73	3,10
Bio pečivo	2,66	3,03
Bio luštěniny	2,76	2,99
Bio rýže	2,73	3,05
Bio brambory	2,59	3,03
Bio zelenina	2,27	3,01
Bio ovoce	2,24	3,01
Bio cukrovinky	2,95	3,12
Bio káva	2,78	3,08
Bio čaj	2,74	3,05
Bio koření	2,74	3,03
Bio víno	2,80	3,10
Bio ovocné šťávy	2,63	3,06
Bio rostlinné oleje	2,68	3,09

Zdroj: Data a zpracování GAJU

- Výsledky - spokojenost s kvalitou:* Nejlepší kvalitu v rámci biokomodit přisuzují respondenti ovoci, zelenině, mléku a mléčným produktům. Naopak s kvalitou u bio cukrovinek, vína a kávy jsou spokojeni relativně méně. Rozpětí hodnot 2,24-2,95 naznačuje, že se nejedná o extrémní rozdíly. Obecně hodnocení více inklinuje k průměrnému, než excelentnímu vnímání kvality u biokomodit.
- Výsledky - adekvátnost ceny:* Respondenti považují za nepřiměřeně vysokou zejména cenu masa a masných produktů v biokvalitě. Naopak cena, která více odpovídá kvalitě se podle respondentů týká biomléka, mléčných bioproduktů a bioluštěnin. Celkově je cena biopotravin vnímána spíše jako nepřiměřená kvalitě (průměrná známka 3,06 naznačuje neúměrnost ceny kvalitě bioprodukce).

Navazující otázka se týkala maximálního cenového navýšení, které jsou respondenti ochotni u organických alternativ akceptovat. Na výběr bylo 6 možností navýšení: „10 %“, „20 %“, „30 %“, „40 %“, „50 %“ a „více než 50 %“.

Výsledek: 39 % respondentů je ochotno akceptovat 10% cenové navýšení, stejné procento i 20% cenové navýšení. 19 % respondentů by akceptovalo 30% cenové navýšení, 40% navýšení pouhá 2 %, 50% pak jen 1 % a žádný z respondentů není ochoten akceptovat více než 50% navýšení. Průměrná akceptovatelná výše „bioprémie“ tak vychází okolo 18 % (Doležalová et al., 2016, Veselá, 2014).

Shrnutí

Kvalitní potraviny si respondenti nejčastěji spojují s čerstvostí produktů. V této souvislosti převládá spíše zájem o produkty faremní, bez ohledu na certifikovaný organický původ.

Znalost biopotravin je u (jiho)českého spotřebitele podprůměrná, což se významně negativně odráží v nákupních preferencích. O biopotravinách se respondenti nejčastěji dozívají z internetu a běžných médií, bohužel škola byla v tomto ohledu hodnocena nejhůře, je nejméně frekventovaným zdrojem informací. Proč tomu tak je, to je zásadní otázka k zamyšlení. Právě škola by v rámci environmentální výchovy měla do globálních témat řadit i EZ a biopotraviny.

V rámci českého trhu se vyskytuje relativně malá skupina spotřebitelů s významným aktivním zájmem o biopotraviny (10 % respondentů), převládá skupina s nevyhraněným zájmem (34 % respondentů). Spotřebitelé nakupují biopotraviny především ze zdravotních a ekologických důvodů. Jsou jen průměrně spokojeni s kvalitou bioprodukce (což je zřejmě způsobeno i skutečností, že bioprodukci příliš neznají). Nejvíce jsou spokojeni s kvalitou mléka, ovoce a zeleniny v biokvalitě. Co se týče posuzování adekvátnosti ceny vůči kvalitě, vnímali respondenti pozitivněji situaci u mléka, mléčných výrobků a luštěnin. Naopak nejhůře byla hodnocena adekvátnost u masa, masných výrobků a cukrovinek.

Průměrně je spotřebitel ochoten akceptovat u bioalternativ 18% nárůst ceny. Největší počet respondentů (39 %) akceptuje maximálně 10% navýšení. Prakticky nikdo již není ochoten akceptovat nárůst vyšší než 50 %. Realita je ovšem v běžném životě jiná, neboť cenové navýšení u řady bioproduktů je vyšší než 100 %. Cenovými analýzami se podrobněji zabývá kapitola 4.4.

Zásadní otázkou pro podporu prodeje biopotravin v české zemi stále zůstává: Jak dostatečně, objektivně a důvěryhodně informovat české spotřebitele o biopotravinách?

Tj. jak posílit důvěru spotřebitele v biopotraviny, a zároveň překonat neochotu věnovat více peněz za nákup ekologicky produkováných potravin.

4.4 Cenové analýzy

Faktor ceny je často citovanou překážkou a významným faktorem spotřebitelského rozhodování v České republice (Zagata, 2012) i v zahraničí (Hughner, McDonagh, Prothero, Shultz & Stanton, 2007). Ceny biopotravin jsou bohužel vyšší než ceny konvenčně vyráběných potravin vzhledem k nákladnějšímu způsobu výroby a zpracování, což zvyšuje výrobní cenu o 20-30 %. Ceny biopotravin v maloobchodě jsou však vyšší v průměru o 80- 95 % (Valeška, Dytrtová, Bauerová, Sehnalová & Čapounová, 2009). Je tedy otázkou, proč tomu tak je. Kütner (2012) například maloobchodníky v podstatě obviňuje z významného navýšení ceny díky nepřiměřené marži. U velké části českých zákazníků přetrvává značná citlivost na cenu, což se projevuje samozřejmě i u biopotravin. Nejpravděpodobněji si zákazník biopotravinu koupí, pokud je „v akci“ nebo pokud má zákazník pro její nákup k dispozici slevový kupon (Čikarová, 2012).

Na našem trhu najdeme mnoho maloobchodních řetězců, které nabízejí biopotraviny, ale celkový nákup v biokvalitě pořídíme pouze ve specializovaných prodejnách. Za nákup složený z běžně nakupovaných potravin v biokvalitě průměrně utratíme o 80 % více než za nákup konvenčních potravin (Valeška, 2012). Nejmenší cenový rozdíl byl prokázán u třtinového cukru a mléčných výrobků. Naopak největší rozdíl byl zaznamenán u olejů a sušenek.

Některé biopotraviny již nejsou tak drahé, jak tomu bývalo dříve. Jedná se především o biopotraviny v OŘ, které mají možnost vyjednat si určité slevy a nabízet zejména potraviny pod privátní bioznačkou levněji než specializované prodejny (Hamplová, 2009). Ve specializovaných obchodech jsou biopotraviny cca o 20 % dražší než v supermarketech (Pro-bio liga, n. d.).

Pokud se na biopotraviny a jejich cenu podíváme např. do Německa, nejsou zde biopotraviny významně dražší než konvenční produkty. V tomto ohledu průzkum agentury GfK z ledna 2007 uvádí, že biopotraviny jsou v Německu v průměru jen o 17 % dražší. Oproti Česku jsou zde cenové rozdíly nižší a to z několika důvodů: Německo představuje jeden z největších trhů s biopotravinami, a dále většina biopotravin v obchodech je domácího původu, tedy snižují se například náklady na dovoz (Hamplová, 2009).

Vyšší cena biopotravin je obecně chápána jako největší překážka pro to, aby spotřebitelé nakupovali a spotřebovávali více biopotravin. Problematikou cen biopotravin se zabýval

také výzkum univerzity Kassel. Hlavním cílem tohoto výzkumu bylo objasnit, zda zákazníci reagují citlivě na ceny biopotravin. Zkoumali známost cen a ochotu spotřebitelů zaplatit určitou cenu. Výzkum byl prováděn prostřednictvím rozhovorů se spotřebiteli. Součástí bylo i tajné sledování nákupního chování spotřebitelů ve dvou konvenčních prodejnách a dvou bioprodejnách. Ukázalo se, že většina zákazníků nakupovala biopotraviny i za ceny výrazně vyšší, než jaké uváděli při rozhovorech (Kaufbarriere Preis, 2009).

Průzkumy ve vybraných maloobchodních formátech

Cílem průzkumu v maloobchodních formátech (specializované prodejny, obchodní řetězce) bylo posoudit rozsah biosortimentu, porovnat variabilitu cen biopotravin i vztah k cenám obdobné konvenční produkce; pozornost byla zaměřena také na porovnání cen biopotravin v OŘ a specializovaných prodejnách (SP), a porovnání cen v jednotlivých OŘ.

Cenové analýzy se dotkly těchto skupin biopotravin:

- A Mléko a mléčné výrobky
- B Obiloviny
- C Luštěniny
- D Maso a vejce
- E Cukr a alternativní sladidla
- F Nápoje
- G Zelenina

Ad A MLÉKO A MLÉČNÉ VÝROBKY

Sledované druhy: mléko, sýr eidam, jogurt bílý, kozí jogurt bílý, kozí mléko, kozí sýr.

Tabulka 10: Počet sledovaných položek a počet prodejen s nabídkou dané biopotraviny (mléko a mléčné výrobky)

Biopotravina	Počet položek (SP)	Počet prodejen (SP)	Počet položek (OŘ)	Počet prodejen (OŘ)
Mléko (1 l)	9	9	40	29
Eidam (100 g)	*	*	15	6
Jogurt bílý (150 g)	9	7	59	37
Kozí jogurt (150 g)	6	6	8	8
Kozí mléko (500 ml)	8	7	*	*
Kozí sýr (100 g)	18	17	*	*

Zdroj: Data a zpracování GAJU

* Položka nebyla v OŘ/SP sledována.

Tabulka 11: Poměr průměrných cen biopotravin a jejich konvenčních alternativ (mléko a mléčné výrobky)

Biopotravina	Průměr BIO (Kč)	Průměr konvence (Kč)	I = BIO/KON	Pořadí
Mléko (1 l)	29,2	27,8	1,1	3
Eidam (100 g)	33,3	20,4	1,6	5
Jogurt bílý (150 g)	11,4	9,7	1,2	4
Kozí jogurt (150 g)	23,5	42,6	0,6	1
Kozí mléko (500 ml)	38,8	*	*	*
Kozí sýr (100 g)	45,7	48,7	0,9	2

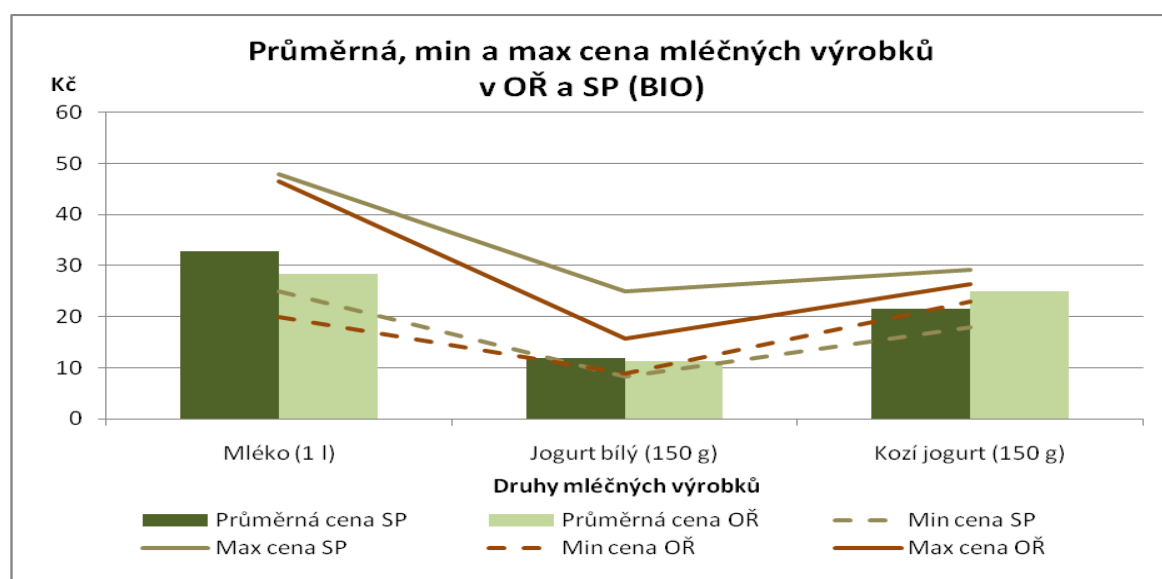
Zdroj: Data a zpracování GAJU

Tabulka 12: Ukazatelé variability cen (mléko a mléčné výrobky)

Biopotravina	Ukazatelé variability: variační rozpětí a variační koeficient			
	Min cena (Kč)	Max cena (Kč)	VR	VK
Mléko (1 l)	19,9	48,0	28,1	19,6
Eidam (100 g)	29,9	34,9	5,0	4,8
Jogurt bílý (150 g)	8,2	25,0	16,8	23,4
Kozí jogurt (150 g)	18,0	29,3	11,3	13,2
Kozí mléko (500 ml)	20,0	63,0	43,0	32,2
Kozí sýr (100 g)	29,3	64,0	34,7	18,3

Zdroj: Data a zpracování GAJU

Obrázek 68: Průměrné, minimální a maximální ceny biopotravin SP a OŘ (mléko a mléčné výrobky)



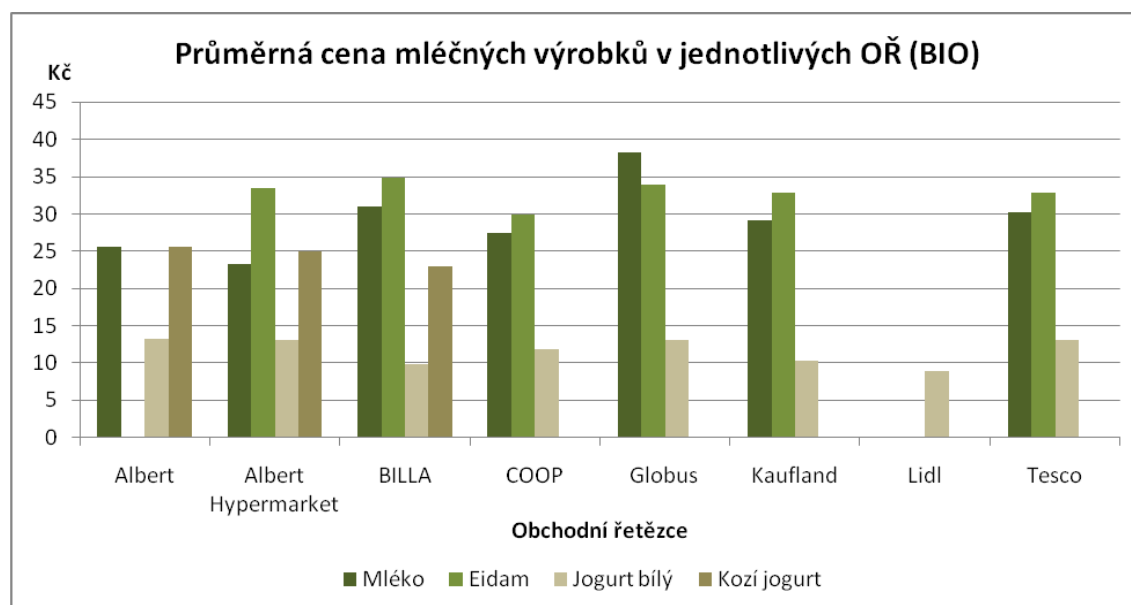
Zdroj: Data a zpracování GAJU

Tabulka 13: Poměr průměrných cen biopotravin ve SP a OŘ (mléko a mléčné výrobky)

Biopotravina	Průměrná cena SP	Průměrná cena OŘ	I = SP/OŘ	Pořadí
Mléko (1l)	32,83	28,43	1,15	3
Jogurt bílý (150 g)	11,86	11,37	1,04	2
Kozí jogurt (150 g)	21,54	24,98	0,86	1

Zdroj: Data a zpracování GAJU

Obrázek 69: Průměrné ceny biopotravin v OŘ (mléko a mléčné výrobky)



Zdroj: Data a zpracování GAJU

Shrnutí:

- Analyzované vzorky a dostupnost: Celkem bylo analyzováno 172 vzorků mléčných výrobků, z toho 50 ve SP a 122 v OŘ. Nejdostupnějším mléčným výrobkem v biokvalitě byl bílý jogurt. Nejméně dostupný (ze sledovaných položek) pak byl kozí jogurt.
- Cena bio x konvenční alternativa: Kozí sýr a kozí jogurt představovaly v biokvalitě překvapivě levnější produkty (o 10 %, resp. 40 %). U ostatních mléčných výrobků byla dražší bio varianta. Nejmenší rozdíl vykazoval bílý jogurt (4 %), největší cenový nárůst v biokvalitě vykázal sýr eidam (60 %).
- Variabilita cen biopotravin: Eidam měl nejmenší variabilitu (VR-5; VK-4,8), oproti tomu kozí mléko mělo variabilitu největší (VR-43; VK-32,2).
- Cena bio SP x OŘ: Při porovnání cen mléčných výrobků v OŘ a SP, měly celkově nižší cenovou úroveň mléčné výrobky v OŘ (s výjimkou kozího jogurtu). Cenový rozdíl byl maximálně 15 % (nejmenší rozdíl u bílého jogurtu 4 %, největší u mléka 15 %).

- Bio v jednotlivých OŘ: Mezi OŘ byly poměrně významné rozdíly v sortimentní nabídce: největší počet sledovaných položek mléčných výrobků nabízely Albert hypermarket a Billa. Nejnižší ceny měly mléčné výrobky v OŘ Albert hypermarket.

Z důvodu velkého rozsahu dat jsou v příspěvku dále uvedeny jen souhrnné výsledky za další skupiny biopotravin.

Ad B OBILOVINY

Sledované druhy: pohanka, rýže, jáhly

Shrnutí:

- Analyzované vzorky a dostupnost: Celkem bylo analyzováno 183 vzorků obilovin, z toho 66 ve SP a 117 v OŘ. Nejdostupnější obilovinou v biokvalitě byla pohanka. Nejméně dostupné (ze sledovaných položek) pak byly jáhly.
- Cena bio x konvenční alternativa: Nejmenší rozdíl v ceně vykazovala pohanka (30 %), naopak největší cenový nárůst v biokvalitě vykazovala rýže (120 %).
- Variabilita cen biopotravin: Pohanka měla nejmenší variabilitu (VR-32; VK-15,2), oproti tomu jáhly a rýže měly variabilitu největší.
- Cena bio SP x OŘ: Při porovnání cen obilovin v OŘ a SP, měly celkově nižší cenovou úroveň obiloviny ve SP. Cenový rozdíl byl maximálně 19 % (nejmenší hodnota u jáhel 9 %, největší u rýže 19 %).
- Bio v jednotlivých OŘ: Mezi OŘ byly poměrně významné rozdíly v sortimentní nabídce: největší počet sledovaných položek obilovin nabízely prodejny Albert, Albert hypermarket, Globus, Tesco, COOP, dm drogerie markt a Billa. Nejnižší ceny měly obiloviny v OŘ COOP.

Ad C LUŠTĚNINY

Sledované druhy: hrách žlutý, hrách zelený, čočka červená, čočka zelená, fazole bílé, fazole mungo, cizrna.

Shrnutí:

- Analyzované vzorky a dostupnost: Celkem bylo analyzováno 260 vzorků luštěnin, z toho 118 ve SP a 142 v OŘ. Nejdostupnější luštěninou v biokvalitě byla červená čočka. Nejméně dostupný (ze sledovaných položek) pak byl hrách zelený.

- Cena bio x konvenční alternativa: Nejmenší rozdíl v ceně vykazovaly cizrna a fazole mungo (40% navýšení ceny), naopak největší cenový nárůst v biokvalitě vykázal hrách zelený (200 %).
- Variabilita cen biopotravin: Zelený hrách měl nejmenší variabilitu, oproti tomu fazole mungo měly variabilitu největší.
- Cena bio SP x OŘ: Při porovnání cen luštěnin v OŘ a SP, měly celkově nižší cenovou úroveň luštěniny ve SP (s výjimkou zelené čočky). Cenový rozdíl byl maximálně 15 % (nejmenší hodnota u červené čočky 2 %, největší u bílých fazolí 15 %).
- Bio v jednotlivých OŘ: Mezi OŘ byly poměrně významné rozdíly v sortimentní nabídce: největší počet sledovaných položek luštěnin nabízely Globus, Tesco a COOP. Nejnižší ceny měly luštěniny v OŘ Albert.

Ad D MASO A VEJCE

Sledované druhy: vejce, kuře, kuřecí stehna, kuřecí prsní řízek, hovězí přední, jehněčí, vepřová kýta, roštěná, hovězí zadní, hovězí plec, hovězí kliška, hovězí játra.

Shrnutí:

- Analyzované vzorky a dostupnost: Celkem bylo analyzováno 41 vzorků masa a vejce, z toho 19 ve SP a 22 v OŘ. Nejdostupnější v biokvalitě byla vejce. Nejméně dostupné (ze sledovaných položek) pak byly kuřecí stehna a přední hovězí.
- Cena bio x konvenční alternativa: Nejmenší rozdíl v ceně vykazovalo přední hovězí (nárůst 10 %), naopak největší cenový nárůst v biokvalitě vykázala kuřecí stehna a kuřecí prsní řízek (180 %).
- Variabilita cen biopotravin: Roštěná a vepřová kýta měly nejmenší variabilitu, oproti tomu jehněčí maso mělo variabilitu největší.
- Cena bio SP x OŘ: Při porovnání cen masa a vajec v OŘ a SP, měly celkově nižší cenovou úroveň maso a vejce ve SP (s výjimkou kuřecího prsního řízku a předního hovězí). Cenový rozdíl byl maximálně 49 % (nejmenší rozdíl u vajec 11 %, největší u předního hovězí 49 %).
- Bio v jednotlivých OŘ: Mezi OŘ byly poměrně významné rozdíly v sortimentní nabídce: největší počet sledovaných položek masa a vajec nabízela prodejna Albert hypermarket. Nejnižší cenu měla vejce v OŘ Tesco. Ceny masa nelze z pohledu nejvyšší/nejnižší ceny hodnotit (z důvodu velmi omezeného výskytu).

Ad E CUKR A ALTERNATIVNÍ SLADIDLA

Sledované druhy: třtinový cukr, vanilkový cukr, sirup z agáve, med.

Shrnutí:

- Analyzované vzorky a dostupnost: Celkem bylo analyzováno 180 vzorků cukrů a alternativních sladidel, z toho 78 ve SP a 102 v OŘ. Nejdostupnějším produktem v biokvalitě byl třtinový cukr. Nejméně dostupný (ze sledovaných položek) pak byl med.
- Cena bio x konvenční alternativa: Nejmenší rozdíl v ceně vykazoval sirup z agáve (2% navýšení ceny), naopak největší cenový nárůst v biokvalitě vykázal vanilkový cukr (100 %).
- Variabilita cen biopotravin: Med měl nejmenší variabilitu, oproti tomu třtinový cukr měl největší variační rozpětí a vanilkový cukr největší variační koeficient.
- Cena bio SP x OŘ: Při porovnání cen cukrů a alternativních sladidel v OŘ a SP, měly celkově vyšší cenovou úroveň cukry a alternativní sladidla ve SP (s výjimkou sirupu z agáve). Cenový rozdíl byl maximálně 59 % (nejmenší hodnota u sirupu z agáve 1 %, největší u vanilkového cukru 59 %).
- Bio v jednotlivých OŘ: Mezi OŘ byly poměrně významné rozdíly v sortimentní nabídce: největší počet sledovaných položek cukrů a alternativních sladidel nabízely dm drogerie markt a Globus. Nejnižší ceny měly cukr a alternativní sladidla v OŘ COOP.

Ad F NÁPOJE

Sledované druhy: obilná káva, káva, kakao, čaj, čerstvá šťáva (jablko), mandlové mléko.

Shrnutí:

- Analyzované vzorky a dostupnost: Celkem bylo analyzováno 275 vzorků nápojů, z toho 128 ve SP a 147 v OŘ. Nejdostupnějším nápojem v biokvalitě bylo kakao. Nejméně dostupná (ze sledovaných položek) pak byla káva.
- Cena bio x konvenční alternativa: Nejmenší rozdíl v ceně vykazovalo kakao (10% navýšení ceny), naopak největší cenový nárůst v biokvalitě vykazovala čerstvá šťáva (130 %).
- Variabilita cen biopotravin: Nejmenší variabilitu měly kakao a obilná káva, oproti tomu čerstvé šťávy měly variabilitu největší.
- Cena bio SP x OŘ: Při porovnání cen nápojů v OŘ a SP, měly celkově vyšší cenovou úroveň nápoje ve SP (s výjimkou obilné kávy). Cenový rozdíl byl maximálně 63 % (nejmenší rozdíl u obilné kávy 2 %, největší u čerstvé šťávy 63 %).

- Bio v jednotlivých OŘ: Mezi OŘ byly poměrně významné rozdíly v sortimentní nabídce: největší počet sledovaných položek nápojů nabízely dm drogerie markt a Globus. Nejnižší ceny měly nápoje v OŘ Billa.

Ad G OVOCE A ZELENINA

Sledované druhy: cibule, česnek, rajčata, mrkev, brambory, okurka, řepa, dýně Hokaido, kapusta.

Shrnutí:

- Analyzované vzorky a dostupnost: Celkem bylo analyzováno 75 vzorků zeleniny, z toho 30 ve SP a 45 v OŘ. Nejdostupnější zeleninou v biokvalitě byla mrkev. Nejméně dostupnou (ze sledovaných položek) pak byla kapusta.
- Cena bio x konvenční alternativa: Nejmenší rozdíl v ceně vykazovaly brambory (70% navýšení ceny), naopak největší cenový nárůst v biokvalitě vykazala řepa (220 %).
- Variabilita cen biopotravin: Brambory měly variabilitu nejmenší, oproti tomu česnek měl největší VR, největší VK měla řepa.
- Cena bio SP x OŘ: Při porovnání cen zeleniny v OŘ a SP, měla celkově nižší cenovou úroveň zelenina ve SP (s výjimkou mrkve, okurky a řepy). Cenový rozdíl byl maximálně 183 % (nejmenší hodnota u česneku 5 %, největší u okurky 183 %).
- Bio v jednotlivých OŘ: Mezi OŘ byly poměrně významné rozdíly v sortimentní nabídce: největší počet sledovaných položek zeleniny nabízela Billa. Nejnižší ceny měla zelenina v OŘ Billa (Doležalová et al., 2016; Riedererová, 2016; Pinkasová, 2016).

Shrnutí

Co potvrdily výsledky výzkumu na trhu bioprodukce (Jihočeský kraj 2013-2015)?

Významnou bariérou nákupu biopotravin je jejich cena. V rámci spotřebitelského průzkumu byla potvrzena ochota akceptovat vyšší ceny u biopotravin nejčastěji na úrovni 10-20 % oproti konvenční alternativě (názor 78 % respondentů). V rámci sledovaných skupin biopotravin (7 obecných skupin biopotravin, 38 druhů biopotravin, 1 042 sledovaných položek) nebyla tato hranice překročena:

a) v případě akceptování 10% navýšení ceny: u 6 druhů biopotravin (15,8 % sledovaných druhů), konkrétně se jedná o 197 vzorků (18,9 % komparovaných vzorků);

b) v případě akceptování 20% navýšení ceny: u 7 druhů biopotravin (18,4 % sledovaných druhů), počet položek se zvýšil na 265 (25,4 %).

V podstatě tak více než 80 % druhů biopotravin a téměř 75 % sledovaných položek vykazalo cenu již neakceptovatelnou pro většinu respondentů. Relativně nejmenší navýšení cen za biopotraviny je patrné ve skupině mléko a mléčné výrobky, cukr a alternativní sladidla a obiloviny. Naopak k nejvyššímu navýšení cen dochází ve skupině ovoce a zelenina a maso a vejce.

Při porovnání cen ve SP a OŘ zjistíme, že u 15 druhů sledovaných biopotravin (47 % z celkového počtu 32 komparovaných druhů), jsou ceny nižší v OŘ; v ostatních případech se jedná o opačnou situaci (ceny jsou nižší ve SP). Konkrétně nabízely OŘ za nižší ceny mléko a mléčné výrobky (s výjimkou kozích), cukr a alternativní sladidla (s výjimkou agáve) a nápoje (s výjimkou obilné kávy).

Ceny biopotravin jsou vysoké, zpravidla překračují hranici akceptovatelnosti ze strany spotřebitelů, v cenové politice se příliš neliší přístup SP a OŘ. Ceny biopotravin jsou překvapivě často vyšší v OŘ, i přes předpokládaný tlak na nižší nákupní ceny a pozitivní dopad větších obchodovaných objemů na výši ceny.

4.5 Analýzy uplatnění bioprodukce na úrovni MŠ a ZŠ

Výživa představuje důležitý prvek, který zásadním způsobem ovlivňuje stav zdraví každého člověka. Naše stravovací návyky vznikají již v průběhu dětství, jsou ovlivňovány jak rodinou, tak i školními zařízeními. Proto je nutné vyvinout maximální úsilí pro zajištění dostatečné nabídky zdravé výživy v mateřských školkách a školách (ve školních jídelnách, školních bufetech i prodejních automatech).

Ideální alternativou se zdají být biopotraviny. Průzkumy však ukázaly, že biopotraviny nejsou běžným jevem ve školním stravování. Toto zjištění dokládá i průzkum Factum Invenio (Chlumská, 2009). Uvádí, že pouze 20 % škol používá organické potraviny při přípravě školního stravování, a to zpravidla ve velmi malých množstvích (podíl biopotravin ve všech složkách jídel je pod 5 % u 58 % škol). Cena je v této oblasti významnou překážkou (uvádí 75 % škol). Bylo zároveň zjištěno, že rodiče jsou více spokojeni se školními jídelnami, které poskytují ekologické potraviny (Dědina, Šánová & Kadeřávková, 2014). Školy se často obávají více než 50% navýšení ceny jídel, způsobeného zavedením biopotravin. Podle zkušeností škol, které již biopotraviny pro přípravu jídel používají, je takové zvýšení málo pravděpodobné (Chlumská, 2009). V 60 % případů bylo zaznamenáno nižší než 10% zvýšení ceny. Pouze u 12 % škol cena jídla narostla o více než 25 %. Tato zkušenost ukazuje, že zvýšení ceny školního jídla nemusí být dramatické. Náklady týkající se nákupu biopotravin by mohly být přijatelné zejména při nákupu místních a sezónních produktů.

Využívání biopotravin ve školních jídelnách by mohlo pomoci při změně výživových a spotřebních zvyklostí i změně celého životního stylu dětí. Právě školy/školní jídelny mohou představovat do budoucna významný odbytový potenciál i pro jihočeské ekofarmy.

Průzkum v českobudějovických mateřských a základních školách byl zaměřen na identifikaci postoje vedení škol/školních jídelen a rodičů školáků/předškoláků k využívání bioprodukce při přípravě jídel.

A PRŮZKUMY MŠ:

Celkem bylo na úrovni katastru města identifikováno 27MŠ. Do průzkumu bylo ochotno se zapojit 15 MŠ. Z 300 dotazníků distribuovaných mezi rodiče předškoláků bylo získáno 188 dotazníků pro následné zpracování.

→ Zjištěné výstupy MŠ - vedení:

Přibližně 27 % MŠ se účastní speciálních programů nebo projektů zaměřených na zdravou výživu (např. Škola plná zdraví). Více než 50 % MŠ konzultuje s rodiči dětí otázku zdravé výživy. Pouze 20 % MŠ již zahrnuje některé biopotraviny do stravování dětí. Jsou to především nápoje, luštěniny, obiloviny, trvanlivé pečivo (extrudované chleby). Pouze jedno předškolní zařízení využívá dodávku biozeleniny z ekofarmy. Přibližně 27 % MŠ zvažuje využití organických potravin v budoucnosti. Nicméně zdůrazňují otázku akceptovatelné ceny a dobré dostupnosti dodávek. Třemi nejčastěji uváděnými bariérami používání biopotravin při přípravě jídel pro děti jsou vyšší cena (100 % respondentů), úzký sortiment nabízených produktů a špatná dostupnost dodávek.

→ Zjištěné výstupy MŠ - rodiče:

Děti všech rodičů, kteří vyplnili dotazník, se stravují v MŠ. 96 % rodičů je spokojeno s kvalitou poskytovaných jídel (50 % velmi spokojeno a 46 % spíše spokojeno). 95 % z nich má povědomí o biopotravinách, 13 % rodičů často a 77 % občas používá biopotraviny při přípravě domácích jídel. 83 % rodičů by uvítalo používání organických potravin při přípravě jídel v MŠ. Co se týče ochoty zaplatit vyšší cenu za jídlo z bioproduktů: 10% nárůst ceny je přijatelný pro 30 % rodičů, 40 % rodičů by akceptovalo zvýšení cen o 25 %. Při dalším navýšení ceny se pozitivní přístup rodičů významně snižuje. Je dobré si uvědomit, že zvýšení ceny oběda o 25 % znamená reálný nárůst cca o 4 Kč.

82 % rodičů by také ocenilo rozšíření vzdělávacích programů v MŠ o oblast ekologického zemědělství a biopotravin.

B PRŮZKUMY ZŠ:

Celkem bylo na úrovni katastru města identifikováno 23 ZŠ. Do průzkumu bylo ochotno se zapojit 13 ZŠ. Z 300 dotazníků distribuovaných mezi rodiče školáků bylo získáno 148 dotazníků pro následné zpracování.

→ Zjištěné výstupy ZŠ - vedení:

Pouze 23 % škol mělo zkušenosti s používáním biopotravin při přípravě pokrmů. Nejčastěji používají školní jídelny v biokvalitě zeleninu, luštěniny a obiloviny. Téměř všechny tyto školy považují vyšší cenu za hlavní důvod pro nevyužívání/velmi nízké využívání biopotravin ve školních jídelnách (92 % respondentů). K dalším bariérám řadily špatnou dostupnost ve srovnání s dostupností konvenčních potravin (31 %) a úzkou škálu nabízených produktů (23 %). Dosud jen jedna škola zkoumala zájem rodičů o biopotraviny a jejich využití ve školní jídelně. Výsledkem byl jednoznačný zájem rodičů, ale bariérou reálného zavedení pak byla vysoká cena surovin v biokvalitě. Školy/školní jídelny se obávají zvýšení cen jídel z bioproduktů, které by se mohlo odrazit ve snížení počtu strávníků. Další skutečností vyplývající z průzkumu je, že 69 % škol disponuje prostorem nebo zařízením, kde je možné zakoupit občerstvení (bufet nebo automat na jídlo). Prodávají zde především chlazené nápoje, sendviče, sladkosti a mléčné výrobky. 22 % těchto škol zde nabízí i biopotraviny, zejména müsli tyčinky, mléčné výrobky, sušené ovoce (banány, švestky, meruňky) a nápoje.

Všechny sledované školy jsou ochotny zvýšit povědomí svých žáků o ekologickém zemědělství a biopotravinách, 69 % škol má zájem o exkurze na ekofarmy.

→ Zjištěné výstupy ZŠ - rodiče:

91 % dotázaných rodičů uvedlo, že se jejich děti stravují ve školní jídelně v pravidelných intervalech. 54 % rodičů je spokojeno s kvalitou školního stravování (20 % je velmi spokojeno, 28 % je spíše spokojeno).

87 % respondentů má zájem o zdravou výživu svých dětí. 93 % rodičů má povědomí o biopotravinách a 81 % z nich by ocenilo využívání biopotravin ve školních jídelnách.

80 % rodičů je ochotno zaplatit vyšší cenu za školní jídlo z bioproduktů. Téměř 32 % rodičů by akceptovalo zvýšení cen pouze o 5 %, 23 % rodičů se shodlo na zvýšení cen o 10 %. Zvýšení ceny o 15 % je přijatelné pro 18 % z těchto rodičů. Pouze 5 % rodičů by akceptovalo rozdíl v ceně vyšší než 20 %. 82 % všech respondentů by uvítalo, aby se školáci dozvěděli více informací o ekologickém zemědělství a biopotravinách. Tento výsledek zhruba

odpovídá počtu rodičů, kteří mají zájem o zavádění biopotravin do školních jídelen (Doležalová, Pícha & Hanzalová, 2016).

Shrnutí

Průzkumy na obou typech školních zařízení potvrdily významný zájem rodičů dětí o zařazení biopotravin do školních jídelen. Konkrétně 83 % rodičů v MŠ a 81 % v ZŠ by ocenilo jejich využívání. Existuje i deklarovaná ochota připlatit za jídla v biokvalitě, ale nejčastěji na úrovni 10-20 %, přičemž vyšší navýšení akceptovali rodiče dětí z MŠ.

Školy vnímají a respektují zájem rodičů o zdravou výživu dětí, včetně požadavku na zavádění biopotravin. Nicméně většina manažerů škol má malé nebo žádné zkušenosti s použitím biopotravin. Průzkumy na MŠ a ZŠ naznačují, že hlavní překážkou pro zavádění biopotravin do školní jídelny je vyšší cena (nebo spíše „obava“ z vyšší ceny). Vedle ceny se školy obávají i složitějšího nákupu těchto produktů.

Většina škol má pozitivní postoj ke zvyšování povědomí dětí o ekologickém zemědělství a biopotravinách, i k případným výletům na ekofarmy.

Jednotlivá ministerstva (zejména MŠMT, MZe a MŽP) by měla koordinovat svou podporu ekologickému zemědělství. Vláda by mohla např. zvážit bioalternativy k již realizovaným projektům na podporu výživy dětí (např. Mléko do škol a Ovoce do škol). Zdá se, že i spolupráce se Svazem ekologických zemědělců PRO-BIO může být plodná s ohledem na stávající zkušenosti (například projekt "Bioškoly").

Ředitelé škol (vedení školních jídelen) by si měli být vědomi skutečného nákladového dopadu zavedení biopotravin do školních jídelen, a také toho, že strava s obsahem biopotravin může být ve skutečnosti různorodá: od používání pouze několika surovin v biokvalitě (současná praxe některých školních jídelnách) až po kompletní přípravu z biosurovin (alternativní volba ke konvenčnímu pokrmu). Dobrým argumentem pro zavedení mohou být srovnávací kalkulace jídel připravovaných z biopotravin a jídel z produktů konvenčních (respektive srovnání cen biopotravin a konvenčních alternativ u prodeje v bufetu či automatu). Obavy z příliš vysoké ceny pokrmů z biopotravin ze strany škol i rodičů představují spíše psychologickou bariéru, kterou by tyto propočty mohly odstranit. Problém by naopak mohl spočívat v absenci či špatném fungování komunikačního či distribučního kanálu mezi ekologickými farmami a školními zařízeními. Produkty ekologického zemědělství by mohly být také součástí nabídky školních bufetů či prodejních automatů. Distribuci bioprodukce do škol by mohlo napomoci založení specializované odbytové organizace.

5 Vyhodnocení analýz a formulace doporučení

5.1 Hodnocení výzkumných otázek a hypotéz

5.1.1 Ekologické zemědělství

⇒ VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

- *Má jihočeské ekologické zemědělství dostatečné produkční výkony spojené s tržním uplatněním na domácím trhu?*
- Sledované znaky: podíl tržní produkce v jednotlivých biokomoditách, podíl bioprodukce, která není tržně zhodnocena jako certifikovaný bioprodukt (prodej jako produkt konvenční), podíl bioprodukce, která nesměřuje na domácí trh, identifikace objemu faremní spotřeby.

A ZÁVĚRY RV

Tabulka 14: Uplatnění rostlinné bioprodukce na trhu (t)

Druh produkce	Objem produkce	Tržní produkce	Prodej v biorežimu	Prodej v biorežimu ČR
Obiloviny	5 824	3 553	3 233	259
Technické plodiny	36	31	1,2	0,6
Luskoviny	742	534	422	13
Brambory	594	546	443	27
Zelenina	63	63	63	0
Ovoce (TK)	25	25	0	0

Zdroj: vlastní zpracování

Jihočeská rostlinná bioprodukce slouží především jako krmivová základna pro ŽV. Z celkového objemu cca 136 920 t tvoří 94,7 % produkce píce (z TTP a produkce píce na OP). Zbylých necelých 5 % tvoří ostatní produkce pěstovaná na OP a produkce z TK (7 259 t z OP a 25 t z TK).

Při analýze tržní produkce z OP převládá produkce obilovin (5 824 t; 80,2 %), luskovin (742 t; 10,2 %) a brambor (594 t; 8,2 %).

- *Tržní uplatnění*

Celkem 65 % rostlinné produkce z OP z jihočeských ekofarek nachází uplatnění na trhu, celkově 4 752 t (z celkového objemu produkce 7 284 t). Objemově největší podíl zaujímají obiloviny 75 % (3 553 t), brambory zaujímají 11,5 % (543 t) a luskoviny 11,3 % (534 t).

Nejvyšší míru tržního uplatnění ale vykazuje ovoce a zelenina (100 %), následují brambory (92 %) a technické plodiny (86 %). Naopak nejmenší míru ztržnění vykazují luskoviny (72 %) a obiloviny (61 %) (zahrnují i krmné varianty).

- *Tržní uplatnění v biorežimu*

Na trhu se uplatnilo 88 % tržní rostlinné produkce jako bioprodukt (4 162 t z celkového objemu 4 752 t). Objemově se prodalo nejvíce bioobilovin (3 233 t). Nejvyšší procentuální zastoupení prodeje v biokvalitě vykazuje zelenina (100% podíl), je ale produkována pouze v minimálním objemu (63 t). Následují obiloviny s 91% prodejem v biorežimu. Brambory a luskoviny mají přibližně stejný podíl prodeje v biokvalitě (81 % a 79 %). Naopak minimální zastoupení prodeje v biokvalitě vykazují olejniny (4 %), z 96 % převládá prodej v konvenci.

- *Tržní uplatnění v biorežimu na českém trhu*

Velkou slabinou jihočeského ekologického zemědělství je prodej bioprodukce na zahraniční trhy. Zde ve sledovaném období skončilo 92,8 % sledované tržně uplatněné rostlinné bioprodukce. Zbýlých cca 7 % produkce (259 t) dodaných na český trh tvořily: obiloviny s objemem 259 t (8 % prodaných certifikovaných obilovin), brambory ve výši 26,6 t (6 % prodaných biobrambor) a luskoviny v objemu 13 t (3 % prodaných bioluskovin). Objem certifikované bioprodukce technických plodin, zeleniny i ovoce dodaný na český trh je prakticky nulový.

Tržně uplatněnou rostlinnou produkcí z OP doplňuje ještě tržní produkce z TK, ve sledovaném roce se jednalo o 25 t jablek, které sice skončily na českém trhu, ale jako konvenční produkt.

Reálná produkce v roce 2014 byla ještě nižší, neboť poklesly plochy OP o 2 109 ha (- 27 %), pokles představoval konkrétně 373 ha u obilovin (- 11,4 %), 434 ha u technických plodin (- 5 %), 208 ha u luskovin (- 59 %), 7 ha u brambor (- 9 %) a cca 5 ha u zeleniny (což ale představuje pokles ploch o 72 %). Plochy TK se zvýšily o 16 ha (+ 2,3 %). Největší nárůst 3,5 % zaznamenaly TTP, absolutně o 2 078 ha.

B ZÁVĚRY ŽV

Tabulka 15: Uplatnění živočišné bioprodukce na trhu (t, tis. l, ks)

Druh produkce	Objem produkce	Tržní produkce	Prodej v biorežimu	Prodej v biorežimu ČR
Hovězí maso (t)	1 186	1 149	253	109
Kravné mléko (tis. l)	3 926	3 734	2 166	2 166 *
Skopové maso (t)	55	48	0	0
Ovčí mléko (tis. l)	13,6	3,6	3,6	0
Kozí maso (t)	1,5	0,8	0	0
Kozí mléko (tis. l)	31	2,5	0	0
Vejsce (ks)	18 574	17 474	14 853	14 853

Zdroj: vlastní zpracování

* Društvo České biomléko následně mléko vyváží do německé mlékárny.

• Tržní uplatnění

Na základě tabulky 15 lze určit, že na trh směřovalo ve sledovaném období cca 96 % veškerého biomasa (1197,8 t z celkové produkce 1 242,5 t), s významnou převahou masa hovězího (1 149 t). Také u skopového biomasa byla úroveň tržního uplatnění poměrně vysoká (87 %), ale jednalo se o významně menší objem (44 t z celkové produkce 55 t; cca 4 % objemu prodaného hovězího biomasa). U kozího biomasa je situace odlišná, na trh směřovalo pouze 56 % masa, reálně 0,8 t. Důvodem je zde zřejmě i nízká poptávka, relativně vysoký je naopak podíl spotřeby přímo na farmě.

V chovu drůbeže se jednalo zejména o produkci biovejec. Ve sledovaném roce byla vykázána produkce vajec na úrovni 18 574 ks. Z toho bylo 94 % (17 474 ks) prodáno. Okrajovou produkcí je drůbeží biomasa, kterého bylo vyprodukováno pouze 0,15 t.

U produkce biomléka se jednalo také o vysokou míru uplatnění na trhu (94 %; konkrétně 3 740 tis. l z celkové produkce 3 971 tis. l). Významnou převahu zde mělo kravné mléko (obdobná situace jako u masa). Podílí se cca 99 % na celkové produkci mléka, na tržní mléčné produkci pak dokonce 99,8 %. A to z důvodu vysokého podílu uplatnění produkce kozího a ovčího biomléka přímo na farmě, zpravidla se jedná o zpracování na mléčné produkty. U kozího mléka byl zjištěn 92% podíl zpracování, u ovčího mléka pak 74% podíl.

Chovy prasat, včel a ryb jsou na jihu Čech zastoupeny jen minimálně. Chovu prasat se věnovalo 5 farem s celkovým počtem 121 ks. Na trh směřovalo vepřové maso v objemu 1 t.

Podle REP je v Jihočeském kraji aktivním chovatelem včel pouze jediná česká ekofarma a chovu ryb se věnují 2 certifikované společnosti. O uplatnění na trhu nebyly v době analýz k dispozici žádné informace.

- *Tržní uplatnění v biorežimu*

Významným problémem u prodeje masa je nízký podíl uplatnění v biorežimu. Veškeré skopové, kozí a vepřové maso se prodalo jako produkt konvenční a takto skončilo na trhu i 88 % hovězího masa. Celkově za všechny druhy masa bylo uplatněno v přiznané biokvalitě pouze 21,1 % tržní produkce (konkrétně 253 t masa, a to výhradně maso hovězí).

Na trh vstupovalo z oblasti mléčné produkce jako bioprodukt převážně kravské mléko (3 926 tis. l), a to 58 % z celkové tržní produkce tohoto mléka. Zbylých 42 % skončilo jako konvenční produkt na českém trhu. Produkce biomléka ještě zahrnovala 3,5 tis. l ovčího mléka. Tento objem skončil na trhu jako bioprodukt, ale výhradně na trhu zahraničním. Certifikované kozí mléko nebylo předmětem prodeje.

Vejce byla prodána z 85 % v biokvalitě (14 853 ks ze 17 474 ks). Údaje o uplatnění drůbežího masa nebyly k dispozici.


- *Tržní uplatnění v biorežimu na českém trhu*

Na českém trhu neskončila žádná produkce kozího, skopového ani vepřového masa v deklarované biokvalitě. Na domácí trh se tak dostalo pouze 109 t certifikovaného hovězího biomasa, z celkového množství 1 242,5 t masa vyrobeného na jihočeských ekofarmách. Jednalo se o 43 % masa prodaného v přiznané biokvalitě.

Na domácím trhu se neprodalo ani žádné kozí a ovčí biomléko z jihočeských farem. Nepřehledná je situace u kravského mléka. Téměř 100 % biomléka (2 166 tis. l) mělo směřovat jako bioprodukt na trh domácí. Društvo České biomléko ale mléko následně vyváží do německé mlékárny (k vymezení podílu exportovaného jihočeského biomléka chybí podkladová data).

Biovejce byla prodána výhradně na českém trhu (14 853 ks).

➔ VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ

 H 1: Na trhu končí minimálně 60 % rostlinné a 80 % živočišné produkce z jihočeských ekofarem.

Byla vyhodnocena situace u RP na OP (bez pícnin, které tvoří přirozenou krmivovou základnu pro ŽV), u produkce masa a mléka.

U rostlinné produkce je míra uplatnění na trhu významně nižší než u produkce živočišné. V rostlinné produkci (i po vyloučení pícnin na OP) jsou v produkci zahrnuty krmné plodiny, zejména krmné obiloviny, které nelze v poskytnutých datech odlišit. *Z celkového objemu 7 259 t plodin bylo na trh uvedeno 4 727 t RP, tj. 65 %.*

V Jihočeském kraji vykazuje vysokou míru tržního uplatnění především živočišná bioprodukce. U masné produkce (hovězí, skopové a kozí maso) se jedná v průměru o hodnoty převyšující 90 %. *Z celkového objemu 1 243 t masa bylo na trhu uplatněno 1 198 t, tj. 96,4 %.*

U mléčné produkce bylo z celkového objemu 3 971 tis. l uplatněno na trhu 3 740 tis. l, tj. 94,2 %.

→ *H 1 je potvrzena: více než 80 % živočišné a 60 % rostlinné faremní produkce je uplatněno na trhu.*

Poznámka: Farmy hodnotí úroveň vyřešení odbytu své produkce známkou 2,73 (dle školní stupnice), cca pětina farem má zásadní problémy s odbytem. Zřejmě i toto jsou důvody prodeje značné části produkce v konvenčním režimu – hypotéza H 2.

 H 2: Minimálně 30 % bioprodukce je prodáno jako konvenční produkt.

Rostlinná tržní produkce byla prodána z 88 % jako bioprodukt, tj. *jako konvenční byla prodána produkce v objemu 12 %.*

U masa bylo z celkové tržní produkce 1 198 t prodáno jako bioprodukt pouze 253 t, tj. 21 %. *U masa tak končí 79 % produkce na trhu konvenčním.*

Mléko vykazuje 58% podíl realizace jako bioprodukt, tj. 42% podíl prodeje v konvenci. Z celkového objemu 3 740 tis. l končí na trhu v biorežimu 2 170 tis. l.

Maso se obecně nedaří uplatňovat na trhu bioprodukce, naopak na žádané úrovni je uplatněna v biorežimu tržní rostlinná produkce na OP, zde ale se jedná o následný export na trhy v zahraničí.

→ *H 2 je potvrzena jen částečně: tvrzení platí pouze pro oblast živočišné produkce (masa i mléka), u rostlinné produkce však končí v konvenci pouze 12 % objemu.*

 H 3: Maximálně 30 % bioprodukce je prodáno v biorežimu na domácím trhu.

Na českém trhu skončilo pouze 7 % prodané rostlinné bioprodukce (OP). Většina plodin je prodána do zahraničí.

U masa končí na domácím trhu 43 % bioprodukce (109 z 253 t), u mléka pak 99,8 % (2 166 z 2 170 tis. l). Mléko je však následně vyváženo do SRN.

→ *H 3 je potvrzena jen částečně: tvrzení platí pouze pro oblast rostlinné produkce z OP, která je uplatněna na domácím trhu jen na minimální úrovni 7 % objemu. Tržní živočišná bioprodukce naopak zvolenou hranici přesahuje.*

5.1.2 Prodej bioprodukce

Prodej biopotravin je v ČR spojen zejména s prodejními místy OŘ a specializovanými prodejny („zdravé výživy“, „bio“, „farmářské“ apod.), které zaujímají cca 60% podíl na prodeji. Proto jsou také hlavní hypotézy vztaženy k těmto prodejním formátům.

⇒ VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

- *Chová se obchod v oblasti prodeje bioprodukce dostatečně společensky odpovědně, a to především v oblasti cenové strategie? Nabízí dostatečné množství cenově dostupných biopotravin?*
- Sledované znaky: počet zastoupených skupin biopotravin a počet položek nabízených v základních produktových skupinách (šíře a hloubka biosortimentu) v rámci specializovaných prodejen zdravé výživy (včetně farmářských prodejen) a prodejních míst obchodních řetězců. Identifikace poměru cen bioprodukce a konvenčních alternativ v jednotlivých prodejních formátech.

A NABÍDKA BIO V OŘ

Specifika prodeje biopotravin v OŘ: Nekompletní, relativně mělká nabídka základních skupin biopotravin, často spojená s privátní značkou OŘ. Malé využití promotion nástrojů. Relativně nízký podíl regionálních bioproduktů, a to především z důvodu nabídky malých objemů a problematické logistiky. Vedení OŘ nepočítá s významnějším nárůstem prodeje biopotravin v nadcházejících letech.

Prodejní biosortiment souvisí úzce s konkrétním prodejním formátem, tj. zda se jedná o hypermarket, supermarket, diskont nebo convenience store. Lze obecně říci, že ve výše uvedeném pořadí postupně klesá zastoupení biopotravin. U OŘ, které provozují více prodejních formátů, tak zpravidla klesá průměrné zastoupení biopotravin v nabídce (např. Tesco Stores: Tesco a Žabka).

Tabulka 16: Nabídka biopotravin v rámci OŘ (počet položek)

OŘ	Počet položek	Nejčastěji zastoupené položky	Nabídka masa
AHOLD	154	1 (17), 3 (15), 4 (14)	ne
Billa	115	3 (27), 4 (9), 5 (8)	ne
Globus	436	3 (55), 7 (49), 1 + 5 (37)	ano (15)
JEDNOTA	77	1 (11), 4 (10), 10 (9)	ne
Kaufland	228	1 (83), 2 (18), 3 (15)	ne
Lidl	27	3 (8), 8 (5), 9 (3)	ne
Penny Market	12	1 (4), 9 (2), 10 (2)	ne
Tesco Stores	106	1 (26), 3 (12), 2 (9)	ne
dm drogerie markt	625	1 (102), 6 (71), 5 (51)	ne

Zdroj: vlastní zpracování


- 1 dětské přesnídávky
- 2 dětské nápoje
- 3 mléčné produkty (kravské)
- 4 mlýnské produkty
- 5 nealkoholické nápoje
- 6 trvanlivé pečivo
- 7 cukrovinky
- 8 zelenina (dovoz)
- 9 rýžové produkty
- 10 ovocné a bylinné čaje

„Outsidrem“ z pohledu prodeje biopotravin je na českém trhu OŘ Penny Market.

Nejčastěji nabízenou skupinou biopotravin jsou *dětské přesnídávky, mléčné produkty (z kravského mléka) a mlýnské produkty*.


Maso bylo v době průzkumu zastoupeno pouze v 1 OŘ, a to v Globusu (ze sledovaných OŘ, stále aktivních na českém trhu).

➔ VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ

-  H 4: Nabídka biopotravin v OŘ souvisí s obchodním profilem jednotlivých obchodních společností. Nejmenší zastoupení biopotravin mají diskontně orientované řetězce.

Pokud nebudeme do vyhodnocení zahrnovat drogistický řetězec dm drogerie markt, pak v rámci klasických OŘ mají největší nabídku biopotravin Globus, Kaufland a AHOLD (tabulka 16). Naopak nejméně položek biopotravin mají v nabídce diskontní řetězce Penny Market a Lidl. Lidl však mění v posledních 2 letech obchodní strategii v oblasti biopotravin, a i v českém prostředí zavádí privátní značku Biotrend. Nabízí např. sezónní ovoce, zeleninu a banány v biokvalitě. Zajímavostí jsou občasné týdenní nabídkové akce zaměřené na biopotraviny.

- ➔ *H 4 je potvrzena: nabídka biopotravin je největší v hypermarketech a supermarketech, nejmenší je naopak v diskontně orientovaných řetězcích.*

-  H 5: V nabídce OŘ se objevují stejné skupiny biopotravin, minimální je nabídka masa v biokvalitě.

Pokud sledujeme biosortiment (konkrétně 3 nejčastěji zastoupené skupiny biopotravin) u 8 OŘ (bez dm drogerie markt), zjistíme, že se v nabídce objevuje 7 skupin z 56 sledovaných položek. Absolutně nejčastěji se jedná o skupiny 1- dětská výživa a 3 - mléčná produkce (kravské mléko) se zastoupením v 6 OŘ a dále o skupinu 4 – mlýnská produkce (3 OŘ). Maso nabízel v době průzkumu pouze OŘ Globus.

- ➔ *H 5 je potvrzena: Nejčastěji zastoupené skupiny biopotravin v jednotlivých OŘ se shodují, nabídka masa v biokvalitě je minimální.*

B NABÍDKA BIO VE SP

Nabídka biopotravin ve SP je pestrá. Přesto lze identifikovat skupiny, které mají významně vyšší zastoupení a naopak skupiny, jejichž zastoupení je velmi malé (příloha 8). Na základě dotazníkového šetření (volná otázka) a terénního šetření (vyplnění nabídkových listů) byly definovány tyto nejčastěji zastoupené skupiny biopotravin: *mlýnské a škrobárenské výrobky (především obiloviny a těstoviny), luštěniny, čaje, ovocné a zeleninové šťávy a trvanlivé pečivo*. V tomto ohledu se liší situace od OŘ, kde byly uváděny na prvních pozicích mléčné produkty a dětské přesnídávky.

Rozsah nabídky biopotravin je uveden v tabulce 17.

Tabulka 17: Zastoupení biopotravin ve SP (%)


Procentuální podíl biopotravin	Podíl SP (%)
Do 5 %	18 %
6 – 25 %	40 %
26 – 50 %	18 %
51 – 75 %	21 %
76 – 100 %	3 %

Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastěji jsou na jihočeském trhu zastoupeny SP s nabídkou biopotravin 6-25 %, a to u 40 % sledovaných SP (k hodnocení využití modus, resp. tzv. modální interval).

Pro nabídku BIO ve SP je typické: Větší šíře i hloubka biosortimentu (odpovídající poptávce, tj. umístění SP v rámci sídelních struktur), vysoké zastoupení regionálních produktů (cca 51 %), proškolená obsluha, využití promotion nástrojů. Nabízena možnost objednávek běžně nezastoupených biopoložek. Slouží v řadě případů také jako odběrná místa při „bedýnkové“ distribuci. Pořádají přednášky, kurzy zaměřené na zdravou výživu apod.

➔ VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ

 H 6: Podíl biopotravin na prodejním sortimentu je u většiny SP větší než 25 %.

Minimálně 25 % biopotravin má v nabídce 42 % analyzovaných SP. Tj. většina těchto prodejen má naopak v nabídce zastoupeny biopotraviny do 25 % (včetně). V průzkumech majitelé SP uváděli stagnaci zájmu o biopotraviny ze strany spotřebitelů, v podstatě se rozsahem biosortimentu přizpůsobují požadavkům trhu. Větší podíl biopotravin mají především SP ve větších sídlech.

➔ *H 6 není potvrzena: většina SP (58 %) má zastoupeny biopotraviny do 25 %.*

C CENOVÉ ANALÝZY

Cena je jednou z hlavních bariér nákupu biopotravin. Specifické výrobní postupy spojené s řadou omezení zvyšují cenu biopotravin o 20-30 %. Běžně se však setkáme na trhu s produkty, které mají cenu vyšší o více než 100 % oproti konvenční alternativě. Teoreticky by mohly být ceny biopotravin nižší v OŘ, které si dokáží vyjednat lepší podmínky

při nákupu od dodavatelů. Ale zde se přístup jednotlivých OŘ liší. U některých biosortiment zapadá plně do koncepce společenské odpovědnosti (CSR). Vytváří si pak pro biopotraviny i vlastní privátní značky, a u řady biopotravin jsou pak ceny pro spotřebitele poměrně atraktivní (např. biomléko-Albert bio). U jiných OŘ jsou biopotraviny naopak jen okrajovým (výklenkovým) sortimentem. Často lze u OŘ vysledovat negativní praxi, a to nasazování vysoké obchodní marže. Díky ní biopotraviny získávají image luxusních produktů. Ceny v OŘ pak často převyšují ceny ve SP. Na českém trhu se udržuje dlouhodobě velmi vysoká úroveň cen biopotravin.

Předmětem cenových analýz bylo 7 základních skupin biopotravin: obiloviny, mléko a mléčné produkty, luštěniny, maso a vejce, cukr (sladidla), nápoje a zelenina. Celkem bylo sledováno 38 druhů biopotravin, konkrétně 1 042 položek.


Z cenového pohledu byly sledovány relace mezi cenami ve SP a OŘ, dále mezi biopotravinami a konvenčními alternativami a také variabilita cen (jak ve vztahu k prodejním formátům, tak i uplatnění biorežimu).

Tabulka 18: Porovnání cen ve SP a OŘ, biopotravin a konvenčních alternativ

Druh biopotravin	Index SP/OŘ	Index BIO/konvence
Obiloviny	0,87	1,70
Mléko a mléčné produkty	1,02	1,13
Luštěniny	0,97	1,94
Maso a vejce	1,05	2,22
Cukr/sladidla	1,31	1,47
Nápoje	1,34	1,58
Zelenina	1,21	2,39
<i>Celkem (průměr)</i>	<i>1,11</i>	<i>1,78</i>

Zdroj: vlastní zpracování

➔ VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ

 H 7: Cena biopotravin ve SP je minimálně o 20 % vyšší než v OŘ.

Průměrný index vyjadřující vztah cen ve SP a OŘ je 1,11, tj. ceny ve SP jsou cca o 11 % vyšší (za sledované druhy potravin).

➔ *H 7 není potvrzena: ceny u sledované produkce byly ve SP v průměru vyšší jen o 11 % oproti cenám v OŘ.*



H 8: Cena biopotravin je minimálně o 50 % vyšší než cena obdobných konvenčních alternativ.

Průměrný index vyjadřující vztah cen biopotravin a konvenčních alternativ je 1,78, tj. ceny biopotravin jsou cca o 78 % vyšší (za sledované druhy potravin).

→ *H 8 je potvrzena: ceny u sledované bioprodukce byly v průměru o 78 % vyšší než u konvenční alternativy.*

5.1.3 Spotřeba biopotravin

Spotřebitel si stále více uvědomuje význam kvality u potravin, cenové a kvalitativní aspekty jsou při nákupu téměř vyvážené. Bohužel není kvalita v potřebné míře spojována s biopotravinami. Přesto se každoročně mírně zvyšuje podíl domácností, které nakupují biopotraviny, aktuálně se jedná o více než 40 %. Spotřebitelé biopotraviny nakupují především z důvodů pozitivních zdravotních aspektů. Stále je relativně *nízký počet spotřebitelů*, pro které je důležitá *šetrnost produkce k životnímu prostředí a garance českého původu*.

⇒ VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK


- *Zná jihočeský spotřebitel dostatečně biopotraviny, zajímá se o ně a dokáže svůj zájem projevit i formou nákupních aktivit? Do jaké míry je cena hlavní nákupní bariérou?*
- *Sledované znaky*: úroveň základních znalostí z oblasti bioprodukce, intenzita spotřeby biopotravin, základní motivy a bariéry nákupu biopotravin, akceptovatelné cenové navýšení u biopotravin (oproti konvenční alternativě), spokojenost s kvalitou biopotravin apod.

Hlavními bariérami nákupu dlouhodobě zůstávají vysoká cena a nedůvěra v deklarovanou kvalitu. Cena významně převyšuje akceptovatelné navýšení (dle průzkumu je spotřebitel ochoten akceptovat nárůst cen cca o 18 %). Spotřebitel není dostatečně informován o biopotravinách, o benefitech, které jejich spotřebou získává. To je základní důvod přetrvávající nedůvěry v biopotraviny a také neochoty akceptovat jejich vyšší cenu.

Zajímavý může být i pohled, jak vidí spotřebitele biopotravin ekologičtí zemědělci, management OŘ nebo majitelé SP. Ekofarmáři se shodli na tomto profilu: aktivní mladší žena s VŠ vzděláním a vyššími příjmy, převážně vychovávající děti. OŘ vidí svého zákazníka jako mladou aktivní ženu se zájmem o zdraví a SŠ/VŠ vzděláním. SP se shodly


s předchozími profily v postavě mladé aktivní ženy se zájmem o zdraví, bez ohledu na příjmy, vzdělání či rodinné zázemí.

→ VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ

-  H 9: Jihočeský spotřebitel biopotraviny stále „dobře“ nezná. Minimálně 60 % respondentů bude hodnotit úroveň svých znalostí jako podprůměrnou.

Při dotazu na znalost problematiky biopotravin se respondenti ohodnotili průměrnou známkou 3,94. Toto celkově pesimistické sebehodnocení potvrzuje i neznalost národního loga pro biopotraviny a zejména loga evropského, ač je povinně na obalech biopotravin uváděno. Respondenti získávají informace nejčastěji z médií, nejhůře bylo jako zdroj informací hodnoceno školní prostředí.

- *H 9 je potvrzena: Pokud budeme za podprůměrné znalosti považovat známky 4 a 5 (dle školní hodnotící stupnice), pak toto hodnocení uvedlo 64 % respondentů (40 % uvedlo známku 5 a 24 % známku 4).*

-  H 10: Hlavním motivem nákupu biopotravin jsou zdravotní důvody.

Oslovená skupina respondentů uvedla jako hlavní motivační faktory: zdravotní důvody (význam daného faktoru byl ohodnocen známkou 2,1 při hodnotící škále 1-5; 1-důvod zásadní, 5-nepodstatný důvod), ekologické důvody (2,4) a důvody senzorické (2,8).

- *H 10 je potvrzena: zdravotní důvody dosáhly nejlepšího ohodnocení z pohledu významnosti jednotlivých motivačních faktorů.*

-  H 11: Vysoká cena je významnou bariérou nákupu biopotravin.


Cenová bariéra je hodnocena prostřednictvím akceptovatelného navýšení cen: v průzkumu vychází na úrovni 18 %. Při analýze cen biopotravin a jejich konvenčních alternativ vychází průměrné cenové navýšení na úrovni 78 %. Z tohoto pohledu představuje cena zásadní bariéru pro nákup biopotravin.

V rámci spotřebitelského průzkumu byly hodnoceny také další bariéry nákupu biopotravin. Významnou bariéru představuje jak *nedůvěra v biopotraviny*, tak i *zvyklostní bariéra* (respondenti jsou zvyklí nakupovat konvenční potraviny a nechtějí na tom nic měnit).

- *H 11 je potvrzena: vysoká cena je významnou bariérou nákupu biopotravin.*

5.2 Silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení produktové biovertikály




Na základě zpracované literární rešerše, regionálních průzkumů, komunikace s odbornou veřejností i osobních zkušeností z provozu ekofarmy jsou v následujícím textu identifikovány silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení pro jednotlivé části produktové biovertikály.

Barevně  jsou odlišeny oblasti, které jsou hodnoceny jako prioritní z pohledu dalšího rozvoje.

Poznámka: Jednotlivé oblasti (výroba, obchod a spotřeba) jsou navzájem provázány. Silné a slabé stránky poplatné pro jednu etáž produktové vertikály jsou zároveň příležitostmi a hrozbami pro další oblasti. Společně se pak musí vyrovnávat s pozitivními i negativními vlivy z vnějšího prostředí (např. politická rozhodnutí, legislativní opatření, situace v zahraničí, vývoj cen a kupní síly, stav životního prostředí, zdravotní stav české populace, výzkumné aktivity, rozvoj infrastruktury).






5.2.1 Ekologické zemědělství



SILNÉ STRÁNKY

- legislativně dobře ošetřená oblast; 
- velké plochy zemědělské půdy;
- významná dotační podpora; zvýšené dotace pro přechodné období; 
- bio - zavedená značka bez významnějších skandálů; 
- aktuální silná politická podpora; 
- existence akčního plánu rozvoje EZ;
- významné pozitivní externality: pozitivní dopad na ŽP a rozvoj venkova; 
- udržitelný produkční systém: 
 - omezená závislost na vnějších vstupech,
 - větší odolnost vůči klimatickým změnám,
 - lepší využívání omezených zdrojů,
 - žádoucí úroveň sekvestrace uhlíku;
 - pozitivní dopad na kvalitu a zdravotní stav půdy,
 - podpora biodiverzity;
- produkce kvalitních potravin a krmiv; 
- zpracovaná kontrola;







- absence GMO;
- systém relativně dobře identifikovaný (plošná šetření ÚZEI na ekofarmách);
- spojení s faremními zpracovatelskými provozy.




SLABÉ STRÁNKY



- nekoncepční ekologická zemědělská politika (z dlouhodobého hlediska);
- demotivující dotační politika (k potřebným produkčním a tržním výkonům), vysoký podíl dotací na příjmech farem;
- *struktura zemědělské půdy poplatná systému dotačních podpor:* 
 - vysoký podíl LFA oblastí,
 - velké zastoupení TTP,
 - malý podíl TK i OP;
- *omezená produkční i tržní výkonnost:* 
- omezený rozsah produkce řady biokomodit;
- složitá legislativa;
- vysoká administrativní náročnost;
- nedoceněné přínosy EZ v oblasti pozitivních externalit;
- *velký podíl tržního uplatnění v konvenčním režimu v důsledku:* 
 - malé poptávky po bioprodukcí na domácím trhu,
 - malého rozsahu zpracovatelských kapacit/výrobců biopotravin,
 - složitosti/náročnosti certifikačních aktivit;
- *uplatnění certifikované bioprodukce převážně na zahraničních trzích:* 
- omezený rozvoj faremních zpracovatelských kapacit;
- nepříznivý věkový profil ekofarmářů;
- nedostatek kvalifikovaných/kvalitních pracovních sil;
- zastaralý strojní park;
- nedostatek speciální zemědělské techniky pro EZ;
- omezený přístup k dotacím z PRV;
- nedostatek investičních zdrojů;
- *slabá technická podpora (přenos know-how, technické poradenství, školicí aktivity):* 
- nezájem ekofarmářů o školení a poradenství;
- nedodržování žádoucích osevních postupů;
- nedostatek skladovacích kapacit;

- *nedostatečná obchodní gramotnost, problematické navazování obchodních vztahů;* 
- slabé využívání marketingových nástrojů;
- nedostatečně propracovaná logistika dodávek;
- *neochota ke kooperaci (vertikální i horizontální);* 
- slabé lobby EZ, silné lobby odpůrců EZ;
- absence odbytových svazů/družstev v řadě biokomodit;
- malé povědomí o celé produktové biovertikále;
- nedostatečné strategické uvažování na úrovni zemědělských podniků.







PŘÍLEŽITOSTI



- *dlouhodobý pozitivní postoj politické reprezentace (MZe) k problematice EZ, podpora mainstreamového charakteru EZ;* 
- *větší participace regionálních subjektů na rozvoji EZ (KÚ, RAK, OAK, PRO-BIO apod.);* 
- *pozitivní změny v legislativě (včetně systému dotací);* 
- *společnost docení pozitivní externality EZ v době silících klimatických změn a prohlubování neuspokojivého stavu ŽP:* 
 - připustí environmentální problémy spojené s konvenčními zemědělskými postupy,
 - ocení význam EZ jako jedné z významných cest, jak čelit klimatickým změnám;
- *spotřebitelé změni postoj vůči biopotravinám v souvislosti s:* 
 - výzkumem zaměřeným na kvalitativní parametry bioprodukce,
 - kontinuální osvětově - propagační kampaní MZe,
 - zapojením médií do vytváření pozitivní image EZ;
- lepší dostupnost kapitálu (úvěrové podmínky);
- export na zahraniční trhy v souvislosti s nedostatkem biopotravin na vyspělých biotržích v Evropě, Severní Americe a Japonsku;
- zelené veřejné zakázky (aplikace vyhlášky o uplatňování environmentálních požadavků u veřejných zakázek v oblasti potravin a cateringu);
- *podpora produkční výkonnosti díky transferu výsledků výzkumu do praxe ekofarem (testovací sítě farem, vznik modelových farem);* 
- transfer technických inovací ze zahraničí (evropská inovační partnerství);

- *poradenství a školicí aktivity; vznik regionálních poradenských míst („biopointů“ např. při stávajících agrárních komorách, poskytování terénních služeb);* 
- sdílení zkušeností úspěšných farem (trend: učit se od kolegů nikoli expertů); zkušenosti z oblasti zemědělské produkce i z oblasti odbytu;
- zpracování map doporučených plodin a odrůd po jednotlivé oblasti, doporučené osevnické postupy;
- *podpora zpracování a tržního uplatnění produkce (např. přenastavením dotací):* 
 - *rozvoj faremních zpracovatelských provozů,*
 - *rozvoj výroby biopotravin (konverze/souběh produkce) u tradičních konvenčních zpracovatelů,*
 - *zakládání komoditně, regionálně či zájmově orientovaných odbytových svazů/družstev,*
 - *zpracovatelské aktivity stávajících odbytových sdružení (přechod od vývozu na zahraniční trhy k vlastním zpracovatelským aktivitám);*
- rozvoj infrastruktury pro EZ (zejména šlechtitelství, produkce osiv/sadby, ošetřujících přípravků, krmiv, zemědělské techniky);
- rozvoj alternativních odbytových cest (např. farmářských trhů, bedýnkových systémů, e- tržnic);
- rozvoj komunitou podporovaného zemědělství (KPZ/CSA);
- rozvoj ekoagroturistiky (možnost zhodnocení bioprodukce v rámci vlastních stravovacích a ubytovacích zařízení, nabídka prodeje na farmě);
- rozvoj odborného školství (odborná učiliště, SŠ, VŠ) zaměřeného na EZ a rozvoj školních statků (v pozici modelových statků);
- zvyšování kvalifikace ekologických zemědělců (např. vazbou dotací v PO na vzdělávací aktivity);
- nová image EZ díky vstupu mladých, motivovaných a vzdělaných lidí do EZ a odbytových sdružení; transformace EZ na moderní produkční systém;
- prezentace na mezinárodních veletrzích (BIOFACH) s dojednáváním kontraktů;
- *zapojení biopotravin do účelových stravovacích zařízení (zejména školních jídelen), vytvoření odbytové organizace pro dodávky biopotravin do škol (např. s regionální působností);* 
- propojení školních projektů Mléko do škol, Ovoce do škol s bioprodukci;

- *kooperace jednotlivých článků k prosazování společných zájmů; vytvoření lepší pozice pro lobbying; kooperace regionální, národní i mezinárodní (přeshraniční);* 
- využívání moderních technologií v oblasti odbytu (např. e-tržnice);
- rozvoj EZ mimo LFA (navyšování produkce biozeleniny, bioovoce apod.);
- rozvoj „nových“ oblastí bioprodukce (včetně rozvoje včelařství a akvakultury, tradičních oblastí zemědělské produkce bez dosavadního významnějšího rozšíření v EZ);
- využití dalších forem značení pro bioprodukcí (např. značení zahraničních biosvazů Bio Suisse, AMA, Bioland, Demeter apod.);
- zájem investičních skupin o EZ a výrobu biopotravin (ekofarmy, vinné sklepy, minipivovary apod.);
- *zkvalitnění informovanosti prostřednictvím pravidelných bulletinů (s dostupností pro všechny zainteresované strany).* 






OHROŽENÍ

- *politická nestabilita (z pohledu podpory EZ);* 
- slabá podpora ze strany regionů/místní samosprávy;
- nekompetentnost ekologické zemědělské politiky;
- připravované změny v legislativě (novela nařízení o ekologickém zemědělství, změny CAP);
- *nedostatek kvalifikovaných informací;* 
- *slabě rozvinutý domácí biotrh;* 
- *nedostupnost zahraničních trhů (objemy produkce, nedostatek zkušeností apod.);* 
- růst ceny vstupů (včetně cen půdy/nájemného);
- nedostupnost kapitálu;
- nedostatečný rozvoj infrastruktury pro EZ;
- přetrvávající nezáměr o školicí aktivity a poradenství/nedostupnost i problematická kvalita školicích a poradenských aktivit;
- *neochota přijímat inovativní řešení;* 
- neochota sdílet pozitivní zkušenosti (v oblasti EZ i odbytu);
- *změny v dotačních titulech, omezení kombinovatelnosti dotací pro EZ a plateb v rámci AEKO;* 
- omezování přístupu k dotačním titulům (např. pro nové začínající farmáře v době přechodu na nový PRV);



- *nechť ke kooperačním aktivitám (sdílení technických znalostí, technických zařízení, skladovacích prostor, trhu);* 
- nedostatečná spolupráce výzkumu s faremními subjekty;
- malé zapojení univerzit do výzkumu v oblasti EZ;
- tradiční odpor velkých „průmyslových“ zemědělských podniků;
- přetrvávající produkce nekvalitních pesticidů s možností transferu na ekologickou produkci;
- land grabbing;
- *další mediální kauzy spojené s nepoctivostí výrobců.* 





5.2.2 Prodej bioprodukce

SILNÉ STRÁNKY




- *obecná dostupnost biokomodit na českém trhu;* 
- *dobrá image české bioprodukce;* 
- *aktivní subjekty v oblasti velkoobchodních a maloobchodních činností, vývozu i dovozu bioprodukce;* 
- jednotlivé prodejní formáty se navzájem doplňují, vzájemně si minimálně konkurují;
- fungující systém dozoru na trhu bioprodukce;
- *prodej biopotravin v běžných malobchodních formátech:* 
 - všechny velké OŘ nabízí biosortiment,
 - většina OŘ používá privátní bioznačku,
 - silná pozice biopotravin v drogistických řetězcích,
 - významná součást nabídky specializovaných prodejen „zdravé výživy“;
- *existence alternativních forem prodeje (provozovaných samotnými farmami nebo odbytovými organizacemi: prodej na farmě, bedýnkové systémy, farmářské trhy, e- shopy apod.).* 

SLABÉ STRÁNKY

- *malý rozsah trhu bioprodukce (daný malou úrovní spotřeby biopotravin);* 
- problematická dostupnost všech potravin v biokvalitě;
- *chybí potřebná šíře a hloubka biosortimentu; na trhu chybí zejména maso a masné produkty, ovoce a zelenina a čerstvé pečivo v biokvalitě;* 

- vysoká cena biopotravin; 
- vysoké marže MO na biopotraviny;
- absence/nízká kvalita informací o nabízených biopotravinách na prodejních místech/ nekvalifikovaný prodejní personál (zejména v OŘ); 
- omezené využití marketingových nástrojů; 
- stagnace některých prodejních formátů (např. farmářských trhů);
- nepoctivost prodejců biopotravin (na farmářských trzích, v e-shopech apod.);
- omezení v rámci alternativních forem prodeje:
 - sezónní charakter nabídky biopotravin,
 - sezónní charakter samotných prodejních formátů (např. farmářské trhy),
 - omezený počet odběrových míst,
 - časově omezená doba odběru,
 - nemožnost volby sortimentu v některých bedýnkových systémech;
- omezená spolupráce v oblasti prodeje (neochota ke sdílení zkušeností, sdílení trhů);
- nedostatečné zastoupení odbytových svazů/družstev na trhu biopotravinami; 
- neúplná data o trhu (např. zkreslené informace o exportu faremní produkce v případě exportu přes česká odbytová sdružení).

PŘÍLEŽITOSTI

- nabídka biopotravin v dalších prodejních formátech (např. větší zapojení nezávislých obchodů do prodeje biopotravin, prodejní automaty, specializované bio OŘ); 
- identifikace „nových trhů“ (např. dodávky biopotravin do škol); 
- prezentace na národních i mezinárodních veletrzích (BIOFACH) s dojednáváním kontraktů;
- využití různých forem podpory prodeje: 
 - stylový interiér prodejny,
 - promyšlené umístění výrobku v prodejně,
 - využití poznatků z psychologie,
 - netradiční podoba reklamních poutačů,
 - využití POS/POP materiálů,
 - ochutnávky,
 - soutěže,
 - zákaznické karty,





- *system slev (nabídka různých benefitů pro pravidelné zákazníky),*
- *organizace zajímavých setkání s farmáři, výrobci biopotravin,*
- *pořádání exkurzí a přednášek,*
- *vydávání vlastního zpravodaje pro zákazníky s praktickými informacemi, recepty, slevovými kupony aj.;*
- *změny v postoji OŘ k biopotravinám (podpora prodeje jako součást společenské odpovědnosti; korektní MO marže, speciální nabídkové akce);*
- *společný marketing s ostatními udržitelnými projekty (např. Fairtrade);*
- *nárůst poptávky po kvalitních a regionálních potravinách;*
- *zvýšení důvěry spotřebitelů v biopotravinu v důsledku:*
 - *prezentace výsledků výzkumu potvrzující vyšší kvalitu biopotravin,*
 - *důsledné činnosti dozorových organizací,*
 - *pozitivního přístupu médií k tématu biopotravin,*
 - *intenzivnější komunikace tématu biopotravin všemi zainteresovanými stranami, (státu, ekologických podniků, prodejců, nevládních organizací apod.) se spotřebiteli.*

OHROŽENÍ




- *vysoký podíl exportu bioprodukce do zahraničí, malé uplatnění na domácím trhu;*
- *vysoký podíl prodeje biopotravin v konvenčním režimu;*
- *pokles kupní síly;*
- *malá poptávka díky přetrvávající nedůvěře spotřebitelů v biopotravinu;*
- *přetrvávající image „luxusních“ potravin;*
- *přetrvávající negativní postoj médií k EZ a biopotravinám;*
- *změny v obchodní politice OŘ (omezení nabídky biopotravin);*
- *nízká kvalita nabízených biopotravin (výskyt pesticidů, reziduí antibiotik apod.);*
- *kauzy spojené s nepoctivostí výrobců/prodejců (konvenční původ, špatně deklarovaná země původu apod.);*
- *přetrvávající nedostatečné využívání marketingových nástrojů;*
- *špatně zvolená cenová politika;*
- *malá orientace výzkumu na trh biopotravin;*
- *malé zapojení univerzit do výzkumu v oblasti biotrhu.*

5.2.3 Spotřeba biopotravin








SILNÉ STRÁNKY


- veřejnost má zájem o potravinářská témata (řeší kvalitu potravin); 
- veřejnost má základní povědomí o biopotravinách; 
- biopotraviny jsou spojovány zejména s pozitivními zdravotními účinky;
- roste pozvolna spotřeba biopotravin v ČR;
- existují prodejní místa (tradiční i alternativní formy) s nabídkou biopotravin; 
- existuje skupina spotřebitelů s vyhraněným zájmem o biopotraviny (mladé aktivní ženy se zájmem o zdraví); 
- díky samozásobitelské tradici dokáže český spotřebitel ocenit přirozeně produkované potraviny.

SLABÉ STRÁNKY





- malá úroveň spotřeby biopotravin v důsledku: 
 - nízké kupní síly,
 - malého povědomí o biopotravinách,
 - malého povědomí o kvalitě biopotravin; v ČR nebyla v minulosti komunikována s veřejností vyšší kvalita biopotravin,
 - malého povědomí o pozitivních externalitách EZ/biopotravin (pozitivních dopadech na ŽP, rozvoj venkova),
 - nedůvěry spotřebitelů v biopotraviny (nedodržování deklarovaných zásad),
 - vysoké ceny biopotravin; přetrvávající image luxusních potravin (díky postoji MO k biopotravinám),
 - nedostupnosti biopotravin (zejména v menších sídlech);
- převažující příležitostné nákupy; 
- orientace na nákupy v akci;
- nákup pouze vybraných biokomodit:
 - bioprodukce s menším navýšením cen oproti konvenční alternativě,
 - bioprodukce s významnějším zdravotním dopadem;
- preference farmářských produktů bez biocertifikace, nízký kredit bioznačky. 

PŘÍLEŽITOSTI

- *růst kupní síly obyvatel ČR;* 
- česká společnost je příjemcem spotřebních zvyklostí vyspělých ekonomik;
- *mění se preference ve spotřebě potravin: roste preference kvality, cenové preference naopak ustupují;* 
- *růst zájmu o kvalitní potraviny v souvislosti s potravinovými „skandály“;*
- *růst zájmu o české, regionální potraviny („skandály“ spojené s nekvalitními potravinami z dovozu);*
- *zvýšená péče o zdraví (zejména dětí a seniorů);*
- *zvyšování informovanosti o biopotravinách (např. díky osvětově-propagační kampani MZe);* 
- *orientace výzkumu na prokazování vyšší kvality biopotravin (pozitivních zdravotních aspektů) a zpřístupnění výsledků široké veřejnosti;* 
- *kvalitní dozorové režimy zvyšují důvěryhodnost systému;*
- *růst zájmu o environmentální témata;* 
- *kontinuální komunikace globálních témat;*
- *důraznější komunikace pozitivních externalit EZ;* 
- *zahrnutí tématu EZ a biopotravin do školních výukových programů/projektů (projektové dny ve spojení s farmáři, prodejci, exkurze, ...), vytváření pozitivního vztahu k biopotravinám;*
- *nárůst spotřeby biopotravin ve školách:* 
 - *vznik národního/regionálního hnutí rodičů za kvalitní zdravé školní stravování v biokvalitě (s cílem působit na vládu, ministerstva, regionální zastupitelstva, aby projevíly politickou vůli v této oblasti a učinily adekvátní rozhodnutí),*
 - *vznik nových projektů zaměřených na využívání biopotravin na úrovni školních jídelen,*
 - *vytvoření odbytové organizace pro zásobování školních jídelen,*
 - *propojení školních projektů Mléko do škol, Ovoce do škol s bioprodukcí,*
 - *využití biopotravin v souvislosti s novou tzv. „pamlskovou vyhláškou“ (282/2016 Sb.) upravující nabídku potravin ve školních bufetech, automatech apod.;*
- *rozvoj projektů „bioměst“, „bioškol“ (analogie fairtradových projektů);*

- rozvoj ekoagrotistiky (přinášející osobní zkušenost účastníků s konzumací biopotravin);
- sdílení poznatků prostřednictvím sociálních sítí a místních komunit;
- zájem o komunitou podporované zemědělství (KPZ);
- *zapojení médií do vytváření pozitivní image biopotravin; předávání korektních objektivních informací.* 

OHROŽENÍ

- *pokles kupní síly obyvatel ČR;* 
- *přetrvávající nedostatečná informovanost spotřebitelů o biopotravinách, omezená dostupnost informací o biopotravinách i samotném ekologickém zemědělství;* 
- *přetrvávající obecně vysoká cena biopotravin;* 
- v některých případech horší sensorické (vzhledové) či technologické parametry biopotravin;
- konzervatismus ve spotřebě potravin: zvyklostní bariéra, neochota přijímat nové produkty;
- *nové kauzy spojené s nepoctivostí výrobců/prodejců biopotravin;* 
- přetrvávající samozásobitelství v menších sídlech, které snižuje poptávku po bioprodukcii;
- velké množství značek pro potraviny (národní, regionální, privátní ...), situace nepřehledná pro spotřebitele, vznik určité míry rezistence vůči všem formám značení;
- slabá prezentace výsledků výzkumu o pozitivních aspektech biopotravin široké veřejnosti;
- malá míra sdílení informací o biopotravinách mezi spotřebiteli (např. vytváření zájmových skupin/spolků za účelem přenosu informací o biopotravinách a zkušeností z oblasti spotřeby; využití např. sociálních sítí).











5.3 Doporučení

Analýzy potvrdily naléhavost řešení většiny problémů definovaných v Akčním plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2016-2020. Důležitou podmínkou budoucího rozvoje ekologického zemědělství je jeho společný rozvoj s trhem biopotravin (prodejem i spotřebou). Tyto oblasti tvoří jednotný systém, a musí tak být i dále rozvíjeny. Současná situace však svědčí o problémech s vyvážeností celého systému. Klade se klíčový důraz na samotnou oblast EZ, ostatní témata jsou řešena spíše jako okrajová.

Konkrétně lze doporučit pro pozitivní rozvoj biosystému na národní i regionální úrovni:

- Břo Udržovat jednotnou, dlouhodobou a koncepční ekologickou zemědělskou politiku. Optimalizovat systémy dotací. Podporovat produkční a tržní výkonnost farem, zpracovatelské aktivity na ekofarmách, zakládání odbytových organizací a zvyšování kvalifikace ekologických podnikatelů. Snižovat celkovou závislost farem na dotační podpoře.
- Břo Realizovat osvětově-propagační kampaň (dlouhodobou, kvalifikovanou, s dostatečnou finanční podporou a participací všech stran zainteresovaných na rozvoji EZ a trhu biopotravin) za účelem získání/obnovení důvěry spotřebitelské veřejnosti v biopotravinu. Biopotraviny je nutné vnímat nejenom jako alternativu ke konvenčním potravinám (kvalitní, bezpečnou, zdravou), ale také jako nositele významných pozitivních externalit.
- Břo Podporovat zelené veřejné zakázky v oblasti potravin a cateringu.
- Břo Zaměřit výzkum nejenom na oblast EZ (např. zvyšování produkční výkonnosti), ale také na prokazování kvality biopotravin a rozvoj trhu. Zajistit rychlý a účinný transfer výsledků do praxe. Zapojit do výzkumu ve větší míře univerzity.
- Břo Podporovat poradenské a školicí aktivity nejenom u začínajících zemědělců, ale na úrovni všech výrobních a distribučních článků. Přiblížit tyto aktivity uživatelům například zakládáním kontaktních míst při agrárních komorách v jednotlivých regionech. Využít pro tyto aktivity „modelové“ farmy.
- Břo Pokračovat v pravidelném plošném monitoringu EZ a trhu biopotravin. Systém zkvalitnit a dle možnosti prohloubit, zejména v oblasti zpracovatelských faremních aktivit, MO prodeje a cen bioprodukce. Rozšířit národní výstupy o regionální analýzy s dostupností pro všechny zainteresované strany.
- Břo Udržovat funkční a náročný systém dozoru nad výrobou a prodejem jako cesty eliminace nepoctivosti a posilování důvěryhodnosti systému.
- Břo Podporovat vertikální i horizontální kooperace (sdílení znalostí a zkušeností, technických zařízení, skladovacích prostor, trhu apod.) v rámci zemědělské výroby i odbytu.
- Břo Podporovat zakládání odbytových svazů pro hlavní biokomodity pro snazší odbyt faremní produkce (zejména pro jednání s OŘ) i pro silnější lobbying.
- Břo Působit na zodpovědnou obchodní politiku maloobchodu v oblasti obchodních marží u biopotravin. Realizovat průzkumy zaměřené na identifikaci obchodní marže

u základních biopotravin v jednotlivých formách distribučních cest a následně zahájit komunikaci se zástupci OŘ.

-  Zvyšovat obchodní gramotnost ekologických zemědělců, zejména v oblasti marketingové komunikace a logistiky.
-  Podporovat alternativní formy prodeje (bedýnkové systémy, KPZ, e-tržnice, prodej na farmách apod.)
-  Zahrnout témata EZ a biopotravin do výuky na všech vzdělávacích stupních, včetně VŠ (včetně PF). Zároveň rozvíjet speciální studijní obory na úrovni odborných učilišť, SŠ i VŠ.
-  Hledat nové formy uplatnění biopotravin. Učinit nezbytné kroky pro zavedení biopotravin do škol (realizovat právní analýzu jako základ pro rozhodnutí na úrovni státní správy, krajských a obecních úřadů, včetně škol). Zajistit potřebnou motivaci škol/školních jídelen a vytvořit distribuční systém, který by usnadnil zásobování školních jídelen biopotravinami (zapojení ekofarem, výrobců biopotravin, obchodních subjektů). Současně zvážit využití biopotravin v rámci projektů Mléko do škol, Ovoce do škol či nové „pamlskové“ směrnice upravující nabídku školních bufetů a prodejních automatů.
-  Pracovat soustavně s médii, zapojit je do vytváření pozitivní image EZ a biopotravin (objektivní informování).
-  Rozšiřovat oblasti biocertifikací.
-  Využívat náročnější zahraniční biocertifikace (projekty zahraničních biosvazů: Demeter, Bio Suisse, Bioland, AMA apod.).
-  Vytvořit z EZ a výroby biopotravin moderní produkční sektor přitažlivý pro mladé vzdělané lidi.
-  Zajistit pestrou nabídku domácích biopotravin na českém trhu, s maximálním využitím produkčního potenciálu českých ekofarem.
-  Zvyšovat informovanost napříč celou produkční vertikálou. Sjednotit vize a mise jednotlivých subjektů zapojených do tohoto specifického produkčně-distribučního systému.

5.4 Přínos práce

Obecně lze vymezit tyto základní oblasti využití habilitační práce:

⇒ *Přínos pro pedagogické aktivity*

- využití analýz a závěrů z habilitační práce pro zpracování studijních materiálů zaměřených na ekologické zemědělství-biopotraviny-udržitelnou produkci;
- výhledové využití výstupů v rámci osvětově-vzdělávacích aktivit na úrovni ZŠ a SŠ (předjednaná spolupráce s ÚZEI-MZe);
- zapojením studentů do výzkumných aktivit souvisejících s tématem habilitační práce je vytvořen potenciál pro jejich budoucí profesní zapojení do „biosystému“.

⇒ *Přínos pro praxi*

1. Zpracována *podrobná regionální analýza EZ a trhu biopotravin* umožňující posoudit míru naléhavosti klíčových národních témat z pohledu rozvoje biosystému v Jihočeském kraji a definovat regionální priority. Potenciální využití analýz v oblasti regionální ekologické zemědělské politiky, zejména ve vztahu k následujícím subjektům:

- Krajský úřad Jihočeského kraje:
 - Odbor životního prostředí, zemědělství a lesnictví,
 - Odbor školství, mládeže a tělovýchovy,
- RAK JK, OAK JK,
- MAS Jihočeského kraje,
- ekologické farmy, potravinářské podniky a další strany zainteresované (potenciálně zainteresované) na rozvoji EZ v regionu;

2. Vymezena *aktuální témata k řešení pro oblast státní správy* i místní samosprávy:

→ Významně posílit regionální správu EZ s cílem přiblížit ekologickou zemědělskou politiku zemědělské praxi a zefektivnit komunikaci mezi státní správou na straně jedné a ekofarmami, zpracovateli, prodejci i spotřebiteli na straně druhé; posílit participaci RAK, MAS, SZIF, RC PRO-BIO na rozvoji EZ a biotruhu. Přenést na regionální úroveň témata poradenství a vzdělávacích aktivit. Využít regionálních center pro diskuzní setkání (např. na úrovni OAK).

- Neodkladně realizovat osvětově-propagační aktivity ve vztahu k široké veřejnosti (posílit image EZ a biopotravin jako produkce s významnými pozitivními dopady pro českého spotřebitele, a to jak z pohledu produkce kvalitních, zdravých potravin, tak z pohledu dopadu na ŽP a celkový rozvoj regionu). Zpracovat propagační materiály s potenciálem pozitivně ovlivnit reálné kupní chování. Zvážit využití SZIF k marketingové správě národní bioznačky „Bio-produkt ekologického zemědělství“ (biozebra).
- Podpořit dynamický rozvoj nového trhu pro biopotraviny: dodávky bioprodukce do škol/školních jídelen. Nejenom z důvodu zajištění odbytu významného objemu regionální bioprodukce, ale také z pohledu nastavení nového přístupu ke školnímu stravování. Se stejnou nálehavostí přizpůsobit stávající projekty Mléko do škol, Ovoce do škol dodávkám biopotravin (identifikovat regionální dodavatele, vymezit potenciál zásobování škol produkcí v biokvalitě). Zpracovat koncept odbytové organizace pro zásobování škol/školních jídelen. Výhledově vytvořit certifikační alternativu k fairtradovým projektům Fairtradová škola/Fairtradové město-Bioškola/Bioměsto.
- Zpracovat výukové programy/projekty se zaměřením na EZ a biopotraviny pro jednotlivé úrovně školního vzdělávání (pro žáky/studenty i pro samotné pedagogy). Podpořit rozvoj odborného školství se zaměřením na EZ.
- Realizovat diskuzní fóra se zástupci OŘ za účelem změny prodejní politiky v oblasti biopotravin. Zpracovat kvalifikované podklady k diskuzi - podrobné analýzy maloobchodní marže.
- Realizovat diskuzní fóra se zástupci médií za účelem objektivního informování o EZ a biopotravinách.

Podrobněji jsou doporučení vymezena v kapitole 5.3.

5.5 Navazující aktivity

Nové směry výzkumných a organizačních aktivit v návaznosti na realizované projekty využité v habilitační práci:

- Analýza maloobchodních cen biopotravin: *vymezení obchodních marží* v hlavních distribučních kanálech u základních biokomodit za účelem posílení cenové transparentnosti;

- Zpracování *modelu specializované odbytové organizace pro dodávky regionální bioprodukce do škol/školních jídelen* (v návaznosti na deklarované nové legislativní iniciativy státu); *vymezení potenciálu dodávek bioprodukce z jihočeských ekofarem a od regionálních výrobců biopotravin*;
- *Pravidelný monitoring vývoje regionálního EZ a biotruhu*. Ve spolupráci s ÚZEI zpracování periodické regionální ročenky EZ a trhu biopotravin, vytvoření e-verze s obecnou dostupností pro všechny zainteresované strany v Jihočeském kraji.

6 Závěr

Cílem předkládané práce bylo hodnocení produktové biovertikály na úrovni regionu, konkrétně Jihočeského kraje. Předmětem analýz byly tři základní oblasti: ekologická zemědělská produkce, prodej a spotřeba biopotravín. V závěrečném shrnutí budou zobecněny odpovědi na základní výzkumné otázky. Je nutné podotknout, že odpověď není vždy jednoznačná, a je nutné se vracet k dílčím analýzám a závěrům, tak jak byly průběžně v práci uváděny v závěru jednotlivých kapitol.

• *Tržní bioprodukce*

Nejprve budeme posuzovat objem produkce, která ve sledovaném období směřovala z jihočeských ekofarem na trh. Podíl tržní rostlinné i živočišné bioprodukce lze považovat za dostačující: na trh bylo umístováno 65 % analyzovaných rostlinných biokomodit a 95 % analyzovaných živočišných biokomodit. U zbylé části rostlinné produkce se jednalo nejčastěji o využití ke krmným účelům a živočišná produkce byla zpravidla předmětem dalšího zpracování ve faremních provozovnách (např. mlékárnách).

Hodnocení se však změní, pokud se zaměříme na podíl bioprodukce realizované na trhu s příznanou biokvalitou, a to zejména u živočišných produktů. Konkrétně se nedařilo umisťovat na biotrhu maso (pouze 21 % biomasa bylo prodáno na trhu jako bioprodukt), mléko se prodalo v biokvalitě cca na úrovni 58 % (kravské mléko) a nejvyšší úroveň ztržnění v biorežimu vykazovala vejce (85% podíl). Rostlinná produkce skončila celkově na trhu jako bioprodukt z 88 %.

Výše uvedená procenta by byla v podstatě celkem příznivá, pokud by se jednalo o objemy směřující na domácí trh. Realita byla však jiná. Téměř 93 % certifikované rostlinné bioprodukce (až na zlomkovou bioprodukcí obilovin, luskovin a brambor) směřovalo na trhy zahraniční. Na domácím trhu dále skončilo 43 % biomasa. Připomeneme si však celkový cca 79% podíl prodeje masa v konvenci. Celkově tak bylo prodáno na domácím biotru jen 8,8 % celkové produkce masa z jihočeských ekofarem (téměř výhradně maso hovězí). U biomléka je situace zkreslena jeho následným exportem přes české odbytové družstvo do SRN. Deklarovaný téměř výhradní prodej biomléka na domácím trhu neodpovídá realitě. V regionu chybí významnější odběratel/zpracovatel biomléka. Důležitá je existence faremních mlékáren v souvislosti se zpracováním kozího a ovčího mléka. Situace byla z pohledu prodeje na domácím biotru pozitivní u biovajec, která našla uplatnění výhradně v ČR.

Jihočeské bioprodukci chybí potřebná diverzita. Minimální je produkce vepřového masa a drůbežního masa. Problematická je úroveň produkce bioovoce a biozeleniny, přestože i Jihočeský kraj disponuje místy s příznivými podmínkami pro jejich pěstování. V posledních letech se podstatně zredukovaly již tak malé plochy orné půdy spojené s produkcí biozeleniny. Plochy sadů se již také dále významněji nenavysují. Med a ryby v biokvalitě, tradiční jihočeské produkty, nejsou v Jihočeském kraji prakticky zastoupeny. Není tak dostatečně využíván kredit Jihočeského kraje jako regionu s relativně příznivým stavem životního prostředí.

Jihočeské ekologické zemědělství má tržní výstupy, ale v omezené diverzitě a v nedostatečném objemu uplatnění na českém biotrhu.

- *Maloobchodní prodej biopotravin*

Co se týče prodeje, jsou v Jihočeském kraji biopotraviny zastoupeny ve většině prodejních formátů, absentují zpravidla v malých lokálních prodejnách potravin. Liší se však významně šíře a hloubka biosortimentu. Větší zastoupení mají biopotraviny především ve specializovaných prodejnách a drogistických řetězcích. V rámci širokosortimentních prodejen potravin je nabídka největší v hypermarketech, konkrétně v řetězcových prodejnách Globus, nejmenší naopak v diskontně zaměřených formách prodeje. Nejčastěji obchodovanými biopotravinami jsou dětské přesnídávky a nápoje, mléčné produkty z kravského mléka a mlýnské produkty. Naopak minimální zastoupení má na trhu biomaso (ač je celkově jihočeské ekologické zemědělství významně orientováno na pastevní chov dobytka). V kraji jsou zastoupeny také základní alternativní formy prodeje jako bedýnkové systémy, farmářské trhy a prodej na farmě. Je nutné hledat nové možnosti uplatnění faremní bioprodukce. Významný objem biopotravin by mohl v příštích letech směřovat do oblastí školních či jiných účelových forem stravování.

Důležitým tématem prodeje jsou ceny biopotravin. Ceny biopotravin jsou výrazně vyšší než jejich konvenční alternativy, a to v průměru o 78 %. Jedná se o situaci velmi nepříznivou z pohledu dalšího rozvoje biotrhu. V zahraničí je cenové navýšení u biopotravin zpravidla na úrovni 20-30 %, což odpovídá reálnému navýšení ceny z důvodu specifických výrobních postupů v ekologickém zemědělství. Rozdíl tak pravděpodobně přechází do obchodní marže prodejců. Ceny v jednotlivých maloobchodních formátech se významně neliší (cca 11% navýšení cen ve specializovaných prodejnách), u některých biopotravin jsou překvapivě vyšší ceny v obchodních řetězcích (i přes větší obchodované objemy). Nejmenší cenové

navýšení je spojeno s krátkými dodavatelskými řetězci, například s prodejem na farmě nebo na farmářských trzích.

Jihočeský obchod nabízí biopotraviny, a to v šíři a hloubce poplatné prodejním formátům i kupní síle sídelních útvarů. Jedná se však o produkci s významným cenovým navýšením oproti konvenčním alternativám. V tomto ohledu lze považovat chování maloobchodu za neetické, nedokáže podpořit mimořádný udržitelný charakter biopotravin, naopak často na systému nevhodně „parazituje“ díky vysokým obchodním maržím. Činí tak z biopotravin luxusní potraviny, nedostupné pro běžnou každodenní spotřebu.

- *Spotřeba biopotravin*

64 % oslovených respondentů ohodnotilo své znalosti biopotravin za podprůměrné. Jako zdroj informací selhává překvapivě školní prostředí. U naopak nejčastěji uváděného zdroje informací - médií - chybí potřebná objektivita.

Zájem o biopotraviny uvedlo 44 % respondentů, aktivní zájem již jen 10 %. Hlavními důvody zájmu o biopotraviny jsou důvody zdravotní. Biopotraviny jsou vnímány jako potraviny, které mohou spotřebiteli přinést významnější zdravotní benefity. Je upozaděn aspekt environmentální, běžný spotřebitel si není dostatečně vědom souvislosti produkce biopotravin s pozitivním dopadem na životní prostředí. Nejhuře byly hodnoceny sensorické důvody, spotřebitel nedokáže plně ocenit sensorické parametry biopotravin, zřejmě i z důvodu minimálních osobních zkušeností. Nejlépe byly z pohledu kvality hodnoceny mléčné výrobky, ovoce a zelenina v biokvalitě.

Za hlavní překážky nákupu byly označeny cena a částečně i nedůvěra, spojená s celkovou neznalostí bioprodukce. Lze zmínit také bariéru zvyklostní. Z pohledu cen se podstatně rozcházejí představy spotřebitelů o navýšení ceny u biopotravin (v průměru 18 %) od reality na biotrhu (v průměru 78% navýšení).

Jihočeský spotřebitel má základní povědomí o existenci biopotravin, ale stále je dostatečně nezná. O biopotraviny se zpravidla aktivně nezajímá. Zájem se opírá především o zdravotní benefity, hlavní bariérou nákupu je pak vysoká cena.

Oslovení podnikatelé identifikovali běžného spotřebitele biopotravin jako mladou aktivní ženu se SŠ/VŠ vzděláním, zájmem o zdraví a vychovávající děti.

Obecně lze konstatovat následující: Českému „biosystému“ chybí dostatečně silný základní hybný článek - informovaný a motivovaný spotřebitel. Dále korektní domácí trh, který by uváděl biopotraviny do oběhu nikoli s ohledem na maximální zisk, ale s vědomím spoluodpovědnosti za udržitelný rozvoj, za dobrý stav životní prostředí a rozvoj venkova. Výroba biopotravin postrádá potřebnou výkonnost, opírá se zejména o malé zpracovatelské faremní provozy. Nezájem větších etablovaných výrobců o souběh alternativní produkce v biokvalitě se pak odráží v relativně malé nabídce biopotravin domácího původu a ve velkém podílu dovážených biopotravin na českém trhu. Tomu odpovídá i současná podoba českého ekologického zemědělství. Vyvážíme rostlinnou a živočišnou bioprodukcí do zahraničí a zpět na český trh dovážíme hotové biovýrobky. Ekologický zemědělec primárně hledá možnost uplatnění své certifikované produkce na trhu zahraničním, na domácím trhu pak zpravidla končí jeho produkce jako produkt konvenční. Dotace a další zásahy ze strany státu suplují přirozenou udržitelnost ekologického zemědělství, do jisté míry „biosystém“ deformují. Je nutné přenastavit systém dotací tak, aby významněji cílily na tržní výkonnost, kooperační aktivity a zvyšování kvalifikace. Dlouhodobě by měl klesat jejich podíl v příjmech ekofarem. „Biosystém“ by měl mít významnou oporu v koncepční, vyvážené ekologické zemědělské politice, a to i na regionální úrovni.

V produkci, distribuci a spotřebě biopotravin existují problémy a všechny zainteresované subjekty by měly hledat společně, formou široké diskuze, cesty k jejich odstranění. To vše činit s vědomím, že jednotlivé články „biovertikály“ tvoří organický celek. Aby mohla efektivně fungovat, musí dobře fungovat i její nejslabší článek.

I. SUMMARY

Food safety and nutritional quality are key topics in the field of food production. Industrial production methods have shown their limits and resulted in worldwide contamination of the food chain and water, persistent pesticide residues, reduced content of nutrients, and an impaired taste of foods. Since we also encounter multiple problems due to global warming, energy efficiency and water resources management have become the key topics. Ecological farming shows the basic aspects of a sustainable system that could be a way out of this challenging situation. Despite the great positives it brings, the organic food system is not grounded positively enough in the Czech society. For further development, it is important to identify the strengths, weaknesses, barriers and opportunities of all segments of the system. This is also how the aim of the presented thesis may be defined. The thesis is based on the regional analyses of ecological production, namely in respect of the South Bohemian Region. The regional level was chosen because it offers a better possibility of assessing the whole organic product vertical, as well as a possibility of observing particular regional specifics. The analysis results were generalized and used for the overall evaluation and recommendations at the conclusion of the thesis. In general, the following facts can be stated: the (South) Bohemian organic food system lacks a sufficiently strong basic driving link – an informed and motivated consumer. It also lacks a proper domestic market where organic foods would be put into circulation not in order to derive maximum profit but with the awareness of the shared responsibility for sustainable development, for a good condition of the environment and rural development. The production of organic foods lacks the required volume, and consists especially of small processing farms. The lack of interest of large established producers in the concurrence of alternative production of organic quality foods is reflected in a relatively small range of domestic organic foods and in a large proportion of imported organic foods in the Czech market. The current form of the Czech ecological farming looks accordingly. We export our organic plant and animal production, and import produced organic foods back to the Czech market. Ecological farmers look for opportunities to sell their certified production primarily in foreign markets, while in the domestic market, organic production is placed as conventional products. Subsidies and other interventions from the State substitute natural sustainability of ecological farming and deform the organic food system to a certain extent. It is necessary to reset the system of subsidies, so that they are more targeted to market performance, cooperative activities and upgrading of qualification. In the long term, their proportion in the income of ecological farms should drop. The organic food system should receive

significant support from a conceptual and balanced ecological farming policy not only on the national level but also on the level of regions.

There are problems in the production, distribution and consumption of organic foods, and all stakeholders should participate in a broad discussion to look for the ways to eliminate them, while being aware that individual links of the organic vertical form an organic whole. In order to work effectively, its weakest link has to work well too.

II. SEZNAM LITERÁRNÍCH ZDROJŮ

Aktionsprogramm Biologische Landwirtschaft 2015-2020 (2016) [online] [cit. 2016-3-4] Dostupné na https://www.bmlfuw.gv.at/land/bio-lw/programme/Bio_Aktions_programme.Html

American Marketing Association (n. d.). Definition of Marketing [online] [cit. 2016-07-20], říjen 2007 dostupné na <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>

Argyropoulos, C., Tsiafouli, M. A., Sgardelis, S. P. & Pantis, J. D. (2013). Organic farming without organic products. *Land Use Policy*, 324-328

Asociace farmářských tržišť (n. d.). Kdo jsme [online] [cit. 2014-02-15] Dostupné na <http://www.aftcr.cz>

Barański, M., Srednicka-Tober, D., Volakakis, N., Seal, C., Sanderson, R., Stewart, G. B., ... & Leifert, C. (2014). Higher antioxidant and lower cadmium concentrations and lower incidence of pesticide residues in organically grown crops: A systematic literature review and meta-analyses. *British Journal of Nutrition*, 112(5), 2014, 794-811

Bartákův hrnec pro biodynamický podnik Bemargo (2016) [online] [cit. 2016-10-05] Dostupné na <http://www.bio-info.cz/zpravy/bartakuv-hrnec-pro-biodynamicky-podnik-bemargo>

Benbrook, C., Zhao, X., Yáñez, J., Davies, N. & Andrews, P. (2008). New evidence confirms the nutritional superiority of plant-based organic foods. *The Organic Center. State of Science Review: Nutritional Superiority of Organic Foods* [online] [cit. 2014-02-15] Dostupné na https://organic-center.org/reportfiles/Nutrient_Content_SSR_Executive_Summary_FINAL.pdf

Bioakademie (n. d.) [online] [cit. 2016-10-03] Dostupné na <http://pro-bio.cz/bioakademie/>

Biodožinky (n. d.) [online] [cit. 2016-10-01] Dostupné na <http://www.biodozinky.cz/o-biodozinkach>

Bioinstitut (2007). *Nové nařízení EU o biopotravinách v ekologickém zemědělství* [online] [cit. 2015-08-01] Dostupné na http://www.bioinstitut.cz/documents/nove_narizeni_dossier_web.pdf

Biopotraviny mají stabilní místo v nákupním košíku (2013) [online] [cit. 2016-05-10] Dostupné na <http://www.ctpez.cz/cz/clanky/biopotraviny-maji-stabilni-misto-v-nakupnim-kosiku>

Biostyl-Ecoworld (2016) [online] [cit. 2016-11-08] Dostupné na <http://www.incheba.cz/veletrh/biostyl/o-veletrhu/zakladni-udaje.html>

Biosummit 2016 (2016) [online] [cit. 2016-11-21] Dostupné na <http://www.biosummit.eu/>

Bioškoly. Zavádění biopotravin do škol a předškolních zařízení. Závěrečná zpráva (2011) [online] [cit. 2016-05-23] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/142541/_Bioskoly_zaverecna_zprava_MZe.pdf

Bjørkhaug, H. & Blekesaune, A. (2013). Development of organic farming in Norway: A statistical analysis of neighbourhood effects. *Geoforum*, 45, 201-210

Boström, M. & Klintman, M. (2006). State-centered versus nonstate-driven organic food standardization: A comparison of the US and Sweden. *Agriculture and Human Values*, 23(2), 163-180

British Journal of Nutrition: Prokázány jasné rozdíly mezi konvenční a bio produkcí mléka a masa (n. d.) [online] [cit. 2016-05-18] Dostupné na <http://www.bio-info.cz/zpravy/british-journal-of-nutrition-prokazany-jasne-rozdily-mezi>

COFAMI (n. d.). *Podpora iniciativ zemědělců prodávajících společně* [online] [cit. 2016-07-20] Dostupné na http://www.cofami.org/fileadmin/cofami/documents/FlyerCOFAMI_CZ_120706.pdf

Creswell, J. W. (2008). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. London: Sage Publication Inc.

Červenka, J. & Kovářová, K. (2005). *Biopotraviny* (1. vydání). Praha: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta.

Česká biopotravina roku (n. d.) [online] [cit. 2016-09-11] Dostupné na <http://www.ctpez.cz/cz/akce/prihlasujte-se-do-souteze-ceska-biopotravina-roku>

Čikarová, K. (2012). Když pověst převyšuje prodej [online] [cit. 2015-09-11] Dostupné na <http://www.enviweb.cz/clanek/biofood/93115/kdyz-povest-prevysuje-prodej>

Dabbert, S., Haring, A. M. & Zanolí, R. (2004). *Organic farming: Policies and prospects*. London: Zed Books

Darnhofer, I., Schneeberger, W. & Freyer, B. (2005). Converting or not converting to organic farming in Austria: Farmer types and their rationale. *Agriculture and Human Values*, 22(1), 39-52

Daugbjerg, C., Tranter, R., Hattam, C. & Holloway, G. (2011). Modelling the impacts of policy on entry into organic farming: Evidence from Danish-UK comparisons 1989-2007. *Land Use Policy*, 28(2), 413-422

Dědina, D., Šánová, P. & Kadeřávková, A. (2014). Parents' attitudes to introduction of organic food in school catering. *Agris on-line Papers in Economics and Informatics*, 6(2), 21-30

Disman, M. (2005). *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum

Doležalová, H., Pícha, K., Navrátil, J., Bezemková, A., Hanzalová, D., Ježková, Z. & Meinelová, S. (2014). *Ekologická zemědělská produkce-Trh biopotravin-Jižní Čechy*. České Budějovice: JIH

Doležalová, H., Leštinová, I., Plášilová, Š., Pícha, K. & Navrátil, J. (2013). *Atlas ekologické zemědělské produkce-Jižní Čechy*. Praha: Kernberg Publishing

Doležalová, H., Pícha, K. & Hanzalová, D. (2016). The marginal possibilities of realizing organic production for school establishments. *Journal of Central European Agriculture*, 17(1), 86-106

Doležalová, H., Pinkasová, T., Riedererová, M., Veselá, M., Pícha, K. & Navrátil, J. (2016). Selected aspects of regional organic food market - Price analysis. *International Scientific*

Conference Inproforum: Common Challenges - Different Solutions - Mutual Dialogue, 187-192

Dytrtová, K. & Šarapatka, B. (2010). Czech organic farmers' perception of landscape elements. *Aspects of Applied Biology*, 100, 437-442

Ekologické zemědělství (n. d.) [online] [cit. 2014-06-15] Dostupné na <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/>

Erickson, B. E. (2009). Next-generation risk assessment: EPA's plan to adopt in vitro methods for toxicity testing gets mixed reviews from stakeholders. *Chemical & Engineering News*, 87(25), 30-33

Fairweather, J. R. (1999). Understanding how farmers choose between organic and conventional production: Results from New Zealand and policy implications. *Agriculture and Human Values*, 16(1), 51-63

Farmářské trhy. Desatero Státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích (n. d.) [online] [cit. 2016-09-02] Dostupné na <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/farmarske-trhy/>

Follett, J. R. (2009). Choosing a food future: Differentiating among alternative food options. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 22(1), 31-51

Food for life (n. d.). Schools [online] [cit. 2016-09-02] Dostupné na <http://www.foodforlife.org.uk/schools>

Foret, M. (2003). *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press

Hamplová, L. (2009). Němci: největší biožrouti Evropy [online] [cit. 2014-04-10] Dostupné na <http://www.vitalia.cz/clanky/nemci-nejvetsi-biozrouti-evropy/>

Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2006). *Exploring the decision making process of Canadian organic food consumers*. Working Paper WP 2006-31. Ottawa: School of Management, University of Ottawa

Hamzaoui-Essoussi, L. & Zahaf, M. (2009). Exploring the decision-making process of Canadian organic food consumers: Motivations and trust issues. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 12(4), 443-459

Hamzaoui-Essoussi, L. & Zahaf, M. (2008). Decision making process of community organic food consumers: An exploratory study. *Journal of Consumer Marketing*, 25(2), 95-104

Hanzalová, D. (2014). Vybrané formy prodeje biopotravin-specializované prodejny. Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Diplomová práce*

Häring, A. M., Dabbert, S., Aurbacher, J., Bichler, B., Eichert, C., Gambelli, D. & Zanolli, R. (2004). Organic farming and measures of European agricultural policy. *Organic Farming in Europe: Economics and Policy*, 11

Harper, G. C. & Makatouni, A. (2002). Consumer perception of organic food production and farm animal welfare. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 287-299

Hesková, M. (2001). *Marketingová komunikace součást marketingového mixu*. Praha: Vysoká škola ekonomická

- Hindls, R., Hronová, S., Seger, J. & Fischer, J. (2007). *Statistika pro ekonomy*. Praha: Professional Publishing
- Hnilicová, H. (n. d.). *Dětská obezita a školní automaty na limonády a sladkosti. Mezinárodní souvislosti* [online] [cit. 2016-08-11] Dostupné na www.vyzivaspol.cz/wp-content/uploads/2015/09/001162.docx
- Hole, D. G., Perkins, A. J., Wilson, J. D., Alexander, I. H., Grice, P. V. & Evans, A. D. (2005). Does organic farming benefit biodiversity? *Biological Conservation*, 122(1), 113-130
- Hrabalová, A. (2013). *Zpráva o trhu s biopotravinami za rok 2011* [online] [cit. 2014-06-14] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/227591/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_za_rok_2011_final.pdf
- Hrabalová, A., Leibl, M., Valeška, J. & Kettnerová, M. (2013). *Ročenka 2012: Ekologické zemědělství v České republice* [online] [cit. 2014-03-04] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/289733/rocenka_EZ_2012_web.pdf
- Hrabalová, A., Valeška, J., Vejvodová, A., Leibl, M., Hlava, J. & Kettnerová, M. (2012). *Ročenka 2011: Ekologické zemědělství v České republice* [online] [cit. 2014-06-15] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/186838/Rocenka_EZ_2011_web.pdf
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C. J. & Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(2-3), 94-110
- Chlumská, L. (2009). *Biopotraviny ve školních stravovacích zařízeních: Analýza*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky
- IFOAM (2016). *Consolidated annual report of IFOAM - Organics international 2015 (Into the future)* [online] [cit. 2016-09-15] Dostupné na http://www.ifoam.bio/sites/default/files/annual_report_2015_0.pdf
- IFOAM (2015). *Consolidated annual report of IFOAM - Organics international 2014* [online] [cit. 2016-07-06] Dostupné na http://www.ifoam.bio/sites/default/files/ar2014_web.pdf
- IFOAM (n. d.a). About-us [online] [cit. 2016-08-15] Dostupné na <http://www.ifoam.bio/en/about-us.html>
- IFOAM (n. d.b). Definition of organic agriculture [online] [cit. 2014-06-15] Dostupné na <http://www.ifoam.org/en/organic-landmarks/definition-organic-agriculture>
- Jakubíková, D. (2008). *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing
- JANITOR. Systém pro organizaci, analýzu a syntézu dat (n. d.) [online] [cit. 2016-09-19] Dostupné na http://janitor.cenia.cz/www/j2_intro.php?lang=cze&idmn=31
- Janssen, M. & Hamm, U. (2011). Certification logos in the market for organic food: What are consumers willing to pay for different logos? *Congress Change and Uncertainty Challenges for Agriculture, Food and Natural Resources* [online] [cit. 2014-04-05] Dostupné na http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/114454/2/Janssen_Meike_292.pdf

- Janssen, M. & Hamm, U. (2012). Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. *Food Quality and Preference*, 25(1), 9-22
- Ježková, Z. (2014). Vybrané formy prodeje biopotravin-obchodní řetězce. Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Diplomová práce*
- Kalinová, J. (n. d.). *Posklizňová úprava, skladování a zpracování rostlinných produktů* [online] [cit. 2014-04-03] Dostupné na <http://www2.zf.jcu.cz/~moudry/ecologica/kva.pdf>
- Kaufbarriere Preis? Analyse von Zahlungsbereitschaft und Kaufverhalten bei Öko-Lebensmitteln* (n. d.) [online] [cit. 2014-04-10] Dostupné na http://orgprints.org/15745/1/15745-06OE119-uni_kassel-hamm-2009-kaufbarriere_preis.pdf
- Kaufmann, P., Stagl, S. & Franks, D. W. (2009). Simulating the diffusion of organic farming practices in two new EU member states. *Ecological Economics*, 68(10), 2580-2593
- Key data on organic agriculture FIBL (n. d.) [online] [cit. 2015-05-10] Dostupné na <http://www.organic-world.net/statistics/statistics-data-tables/ow-statistics-data-key-data.html>
- Kottila, M. R. & Rönni, P. (2008). Collaboration and trust in two organic food chains. *British Food Journal*, 110(4/5), 376-394
- Kriwy, P. & Mecking, R. A. (2012). Health and environmental consciousness, costs of behaviour and the purchase of organic food. *International Journal of Consumer Studies*, 36(1), 30-37
- Kütner, D. (2012). Trh s bio potravinami stále stagnuje, nejen kvůli krizi [online] [cit. 2015-04-10] Dostupné na http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/trhs-biopotravinami-stale-stagnuje-nejen-kvuli-krizi-740162#utm_medium=selfpromo_source=e15&utm_campaign=copylink
- Lairon, D. (2010). Nutritional quality and safety of organic food. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 30(1), 33-41
- Läpple, D. & Rensburg, T. V. (2011). Adoption of organic farming: Are there differences between early and late adoption? *Ecological Economics*, 70(7), 1406-1414
- Latacz-Lohmann, U. & Foster, C. (1997). From "Niche" to "Mainstream"-Strategies for marketing organic food in Germany and the UK. *British Food Journal*, 99(8), 275-82
- Lee, W. C. J., Shimizu, M., Kniffin, K. M. & Wansink, B. (2013). You taste what you see: Do organic labels bias taste perceptions? *Food Quality and Preference*, 29(1), 33-39
- Lesjak, H. E. (2008). Explaining organic farming through past policies: Comparing support policies of the EU, Austria and Finland. *Journal of Cleaner Production*, 16(1), 1-11
- Línková, E. (2010). Potravinářské patero pro farmářské trhy [online] [cit. 2014-10-27] Dostupné na <http://www.agris.cz/clanek/167940>
- Lohr, L. & Salomonsson, L. (2000). Conversion subsidies for organic production: results from Sweden and lessons for the United States. *Agricultural Economics*, 22(2), 133-146

Marsden, T., Banks, J. & Bristow, G. (2000). Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424-438

Medek, J. (2009). Analýza prodeje biopotravin v rámci OŘ-regionální aspekty. Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Diplomová práce*

Meinelová, S. (2014). Ekologické zemědělství (regionální strukturální a geografické analýzy). Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Diplomová práce*

Metodika k provádění nařízení vlády č. 76/2015 Sb., o podmínkách provádění opatření ekologické zemědělství, ve znění pozdějších předpisů (2015) [online] [cit. 2015-11-27] Dostupné na https://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fdokumenty_ke_stazeni%2Fplatby_na_zaklade_jz%2Fjz%2F1460100182580.pdf

Michelsen, J. (1996). Organic farmers and conventional distribution systems: The recent expansion of the organic food market in Denmark. *American Journal of Alternative Agriculture*, 11(01), 18-24

Ministerstvo zemědělství (n. d.). Logo pro EZ [online] [cit. 2016-07-27] Dostupné na <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/loga-a-znaceni/>

Ministerstvo zemědělství (2012a). *Metodický pokyn č. 1/2012* [online] [cit. 2014-06-15] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/283724/MP_1_2012.pdf

Ministerstvo zemědělství (2012b). *Právní předpisy pro ekologické zemědělství a produkci biopotravin* [online] [cit. 2014-04-10] Dostupné na http://eagri.cz/public/file/262824/Pravni_predpisy_EZ_10._9.pdf

Ministerstvo zemědělství (2012c). *Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů* [online] [cit. 2014-06-08] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/mze/legislativa/pravni-predpisy-mze/tematicky-prehled/Legislativa-MZe_uplna-zneni_zakon-2000-242-viceoblasti.html

Ministerstvo zemědělství (2015). *Ročenka 2014: Ekologické zemědělství v České republice* [online] [cit. 2016-08-15] Dostupné na <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/>

Ministerstvo zemědělství (2016). *Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2016-2020* [online] [cit. 2016-06-15] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/442986/Akni_plan_CR_pro_rozvoj_EZ_Czech_Action_Plan_for_Development_of_OF.pdf

Molnár, Z., Mildeová, S., Řezanková, H., Brixí, R. & Kalina, J. (2012). *Pokročilé metody vědecké práce*. Praha: PROFESS CONSULTING

Moudrý, J. & Prugar, J. (2001). *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta

Moudrý, J. & Prugar, J. (2002). *Biopotraviny-hodnocení kvality, zpracování a marketing*. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR v Ústavu zemědělských a potravinářských informací.

- Moudrý, J. (1997). *Bioprodukty*. Praha: Institut výchovy a vzdělání Ministerstva zemědělství ČR
- Moudrý, J., Konvalina, P., Moudrý, J. & Kalinová, J. (2007). *Základní principy ekologického zemědělství: odborná monografie*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta
- Murdoch, J. & Miele, M. (1999). „Back to nature“: Changing „worlds of production“ in the food sector. *Sociologia Ruralis*, 39(4), 465-483
- Nagyová, E., Berčík, J. & Horská, E. (2014). The efficiency, energy intensity and visual impact of the accent lighting in the retail grocery stores. *Potravinářstvo*, 8(1), 296-305
- Nakupujte lokálně (n. d.) [online] [cit. 2016-08-01] Dostupné na <http://www.nalok.cz/pridejte-se>
- Narízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů (2007) [online] [cit. 2014-09-27] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/mze/legislativa/predpisy-es-eu/Legislativa-EU_x2006-2010_NarizeniR-2007-0834-EZ.html
- Narízení Komise (ES) č. 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů (2008) [online] [cit. 2015-08-01] Dostupné na <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/hnojiva/legislativa/legislativa-eu/narizeniek-2008-889-ez.html>
- Nieberg, H. & Kuhnert, H. (2007). Support Policy for Organic Farming in Germany. *Landbauforschung Völkenrode*, 57, 95-106
- Oates, L. & Cohen, M. (2009). Human consumption of agricultural toxicants from organic and conventional food. *Journal of Organic Systems*, 4(1), 48-57
- Offermann, F., Nieberg, H. & Zander, K. (2009). Dependency of organic farms on direct payments in selected EU member states: Today and tomorrow. *Food Policy*, 34(3), 273-279
- Offerman, F. & Nieberg, H. 2000. Economic performance of organic farms in Europe. *Organic Farming in Europe: Economics and Policy*, 5, 1-198
- Organic food quality and human health (2009). *ICROFS fact sheet/Results from research in organic food systems* [online] [cit. 2014-04-10] Dostupné na http://icrof.org/pdf/2009_fact_sheet_food_quality_health.pdf
- Parra-Lopez, C., De-Haro-Giménez, T. & Calatrava-Requena, J. (2007). Diffusion and adoption of organic farming in the southern Spanish olive groves. *Journal of Sustainable Agriculture*, 30(1), 105-151
- Pascu, E. & Nedea, P. S. (2012). Fundamental aspects of sustainable development in European Union and Romania. *Anale. Seria Științe Economice. Timișoara*, 18(2), 103-108
- Paull, J. (2011). The Uptake of Organic Agriculture: A Decade of Worldwide Development. *Journal of Social and Development Sciences*, 2(3), 111-120
- Pavlica, K. (2000). *Sociální výzkum, podnik a management: Průvodce manažera v oblasti výzkumu hospodářských organizací*. Praha: Ekopress

PESTLE analýza (n. d.) [online] [cit. 2016-08-05] Dostupné na <https://managementmania.com/cs/pestle-analyza>

Petr, J. & Dlouhý, J. (1992). *Ekologické zemědělství: hodnocení kvality, zpracování a marketing. Příručka ekologického zemědělce*. Praha: Brázda

Petroušková, R. (2009). Analýza regionálního prodeje biopotravin v rámci specializovaných prodejen. Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Diplomová práce*

Pietola, K. S. & Lansink, A. O. (2001). Farmer response to policies promoting organic farming technologies in Finland. *European Review of Agricultural Economics*, 28(1), 1-15

Pinkasová, T. (2016). Cenová komparace bio a konvenčních potravin (Jihočeský kraj, obchodní řetězce). Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Diplomová práce*

Platania, M., Rizzo, M. & Vecchio, D. (2015). Consumer preferences for traditional products and place of purchase. Results of a survey on direct sales in Italy. *Quality-Access to Success*, 16(1), 158-164

Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice. Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. [online] [cit. 2014-04-05] Dostupné na http://www.bioinstitut.cz/Analyzatrhu_sbiopotravinamivCR_2010.rtf

Poznej svého farmáře (n. d.) [online] [cit. 2014-04-05] Dostupné na <http://poznejseveho-farmare.cz/o-projektu/>

Principles of Organic Agriculture (n. d.) [online] [cit. 2014-06-15] Dostupné na <http://www.ifoam.org/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture#Health>

PRO-BIO (2012). *Metodika pro kurz „Marketing bioproduktů“* [online] [cit. 2016-07-27] Dostupné na http://pro-bio.cz/public/files/files/skripta%20oplzz/Metodika_Marketing_bioproduktu.pdf

PRO-BIO (n. d.). O nás [online] [cit. 2014-03-24] Dostupné na <http://www.probio.cz/o-nas.html>

PRO-BIO a Bioslavnosti (n. d.) [online] [cit. 2016-07-18] Dostupné na <http://www.probio.cz/o-nas/bioslavnosti-1/>

Pro-bio liga (n. d.) [online] [cit. 2016-07-15] Dostupné na <http://biospotrebitel.cz/chci-znat-bio/pro-bio-liga>

Pugliese, P. (2001). Organic farming and sustainable rural development: A multifaceted and promising convergence. *Sociologia Ruralis*, 41(1), 112-130

Radman, M. (2005). Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British Food Journal*, 107(4), 263-273

- Riedererová, M. (2016). Cenová komparace bio a konvenčních potravin (Jihočeský kraj, specializované prodejny). Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Diplomová práce*
- Rozman, Č., Pažek, K., Kljajić, M., Bavec, M., Turk, J., Bavec, F. & Škraba, A., (2013). The dynamic simulation of organic farming development scenarios - A case study in Slovenia. *Computers and Electronics in Agriculture*, 96 (8), 163-172
- Sage, C. (2003). Social embeddedness and relations of regard: Alternative „good food“ networks in south-west Ireland. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 47-60
- Seljåsen, R., Kretzschmar, U., Birlouez-Aragone, I., Paoletti, F., Wyss, G. S; Busscher, N., ... & Kahl, J. (2016). How to understand the complexity of product quality and the challenges in differentiating between organically and conventionally grown products – exemplified by fresh and heat-processed carrots (*Daucus carota* L.). *Organic Agriculture*, 6(1), 31-47
- Seyfang, G. (2008). Avoiding Asda? Exploring consumer motivations in local organic food networks. *Local Environment*, 13(3), 187-201
- Shi-Ming, M. A. & Sauerborn, J. (2006). Review of history and recent development of organic farming worldwide. *Agricultural Sciences in China*, 5(3), 169-178
- Singr, M. (2011). *Biopotraviny jsou dvakrát dražší, pro spotřebitele je to překážka* [online] [cit. 2014-04-05] Dostupné na <http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/bio-potraviny-jsou-dvakrat-drazsi-prospotrebitele-je-to-prekazka>
- Sivathanu, B. (2015). Factors affecting consumer preference towards the organic food purchases. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(1), 1-6
- Smith, L. G., Williams, A. G. & Pearce, B. D. (2014). Energy use in organic farming. *Building Organic Bridges*, 4, 1159-1162
- Souček, E. (2006). *Statistika pro ekonomy*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu
- Společný marketing biopotravin pro zemědělce (n. d.) [online] [cit. 2016-05-20] Dostupné na <http://www.bio-info.cz/vzdelavani/on-line-vzdelavani/spolecny-marketing-biopotravin-pro-zemedelce>
- STEM/MARK (2010). *Ekologické zemědělství a biopotraviny. Kvantitativní výzkum-povědomí a nákupní chování v oblasti biopotravin* [online] [cit. 2014-06-15] Dostupné na eagri.cz/public/web/file/94198/BIOzpravanaweb.ppt
- Standards for school* (n. d.) [online] [cit. 2016-05-20] Dostupné na <https://www.gov.uk/government/publications/standards-for-school-food-in-england>
- Stolze, M., Bahrtdt, K., Bteich, M. R., Lampkin, N., Naspetti, S., Nicholas, P. & Zanolli, R. (2007). *Strategies to improve quality and safety and reduce costs along the food supply chain*. International Congress of the European Integrated Project Quality Low Input Food (QLIF), 405-410
- SWOT (n. d.) [online] [cit. 2016-05-15] Dostupné na <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

SWOT analýza (n. d.) [online] [cit. 2016-05-14] Dostupné na <http://www.vlastni.cesta.cz/metody/swot-analyza/>

Šarapatka, B. & Urban, J. (2006). *Ekologické zemědělství v praxi: odborná monografie*. Šumperk: PRO-BIO

Šarapatka, B. & Urban, J. (2005). *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi. II. díl*. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR (PRO-BIO)

Šejnohová, H., Peterková, J. & Darmovzalová, I. (2016). *Zpráva o trhu s biopotravinami za rok 2014* [online] [cit. 2016-09-15] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/472954/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_v_CR_v_roce_2014.pdf

Šejnohová, H., Rádlová, L. & Peterková, J. (2015a). *Statistická šetření ekologického zemědělství Základní statistické údaje (2014)* [online] [cit. 2016-07-13] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/433187/Statisticka_setreni_ekologickeho_zemedelstvi_2014_finalverze.pdf

Šejnohová, H., Wollmuthová, P., Peterková, J. & Hrabalová, A. (2015b). *Zpráva o trhu s biopotravinami za rok 2013* [online] [cit. 2016-03-14] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/399103/Zprava_trhu_s_biopotravinami_2013_TU_4212.pdf

Tasiopoulou, S., Chiodini, A. M., Vellere, F. & Visentin, S. (2007). Results of the monitoring program of pesticide residues in organic food of plant origin in Lombardy (Italy). *Journal of Environmental Science and Health, Part B*, 42(7), 835- 841

Technologická platforma „Organics“. Vize pro výzkum biopotravin a ekologického zemědělství - program do roku 2025 (n. d.) [online] [cit. 2016-03-23] Dostupné na http://aa.ecn.cz/img_upload/8d8825f1d3b154e160e6e5c97cf9b8b3/vize-organics-final.pdf

UNCTAD (n. d.). *Best practices for organic policy* [online] [cit. 2016-08-16] Dostupné na http://unep.ch/etb/publications/UNCTAD_DITC_TED_2007_3.pdf

USDA (n. d.). *Reports Record Growth In U.S. Organic Producers* [online] [cit. 2016-08-15] Dostupné na <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome?contentid=2016/04/0084.xml>

Ústav zemědělské ekonomiky a informací (2013). *Databáze ekologického zemědělství Jihočeský kraj, 2011*. Nezveřejněná nezpracovaná data

Ústav zemědělské ekonomiky a informací (2016). *Databáze ekologického zemědělství Jihočeský kraj, 2014*. Nezveřejněná nezpracovaná data

Václavík, T. (2008a). *Marketing pro ekologické zemědělce* [online] [cit. 2015-04-20] Dostupné na http://www.agro-enviinfo.cz/files/dokumen/Marketing_pro_%20EZ.PDF

Václavík, T. (2008b). *Marketing biopotravin je novou příležitostí* [online] [cit. 2014-05-01] Dostupné na <http://strategie.e15.cz/prilohy/marketing-magazin/marketing-biopotravin-je-novou-prilezitosti-468862>

Valeška, J., Dyrtrtová, K., Bauerová, L., Sehnalová, L. & Čapounová, K. (2009). *Ročenka. Ekologické zemědělství v České republice 2008* [online] [cit. 2015-04-20] Dostupné na http://eagri.cz/public/web/file/18309/Rocenka_EZ_2008_ceska_verze.pdf

- Valeška, J. (2012a). Biopotraviny se vyplatí nakupovat ve specializovaných bioprodejnách [online] [cit. 2015-05-08] Dostupné na <http://biospotrebitel.cz/pruvodce-biospotrebitel/biopotraviny-se-vyplati-nakupovat-ve-specializovanych-bioprodejnách>
- Valeška, J. (2012b). Školní jídelny v Evropě vaří bio [online] [cit. 2016-03-01] Dostupné na <http://biospotrebitel.cz/ze-sveta/skolni-jidelny-v-evrope-vari-bio>
- Veselá, M. (2014). Trh bioprodukty-spotřebitelské průzkumy. Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Diplomová práce*
- Wier, M., O'Doherty Jensen, K., Andersen, L. M. & Millock, K. (2008). The character of demand in mature organic food markets: Great Britain and Denmark compared. *Food Policy*, 33(5), 406-421
- Willer, H., Lernoud, J. & Kilcher, L. (2013). *The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2013*. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) [online] [cit. 2016-05-22] Dostupné na <https://shop.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1606-organic-world-2013.pdf>
- Willer, H. & Lernoud, J. (2014). *The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2014*. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) [online] [cit. 2016-05-30] Dostupné na <https://shop.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1636-organic-world-2014.pdf>
- Willer, H. & Lernoud, J. (2015a). *The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2015*. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) [online] [cit. 2016-08-23] Dostupné na <https://shop.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1663-organic-world-2015.pdf>
- Willer, H. & Lernoud, J. (2015b). *Key results from the FiBL-IFOAM - Survey on organic agriculture worldwide 2015* [online] [cit. 2016-10-07] Dostupné na <http://www.organic-world.net/yearbook/yearbook2015.html>
- Willer, H. & Lernoud, J. (2016a). *Organic agriculture worldwide: Key results from the FiBL survey on organic agriculture worldwide 2016*. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) [online] [cit. 2016-10-10] Dostupné na <https://shop.fibl.org/fileadmin/dokumenty/1698-organic-world-2016.pdf>
- Willer, H. & Lernoud, J. (2016b). *Organic agriculture worldwide: Current Statistics*. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) [online] [cit. 2016-10-11] Dostupné na <http://orgprints.org/29790/13/willer-lernoud-2016-global-data-biofach.pdf>
- Willer, H. & Lernoud, J. (2016c). *The world of organic agriculture: Statistics and emerging trends 2016*. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) [online] [cit. 2016-10-10] Dostupné na <https://shop.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1698-organic-world-2016.pdf>
- Willer, H. & Arbenz, M. (2016). *Growth continues* [online] [cit. 2016-08-10] Dostupné na <http://www.ifoam.bio/en/news/2016/02/10/growth-continues-437-million-hectares-organic-agricultural-land-worldwide>
- Williams, C. M. (2002). Nutritional quality of organic food: shades of grey or shades of green? *Proceedings of the Nutrition Society*, 61(01), 19-24
- Winqvist, C., Ahnström, J. & Bengtsson, J. (2012). Effects of organic farming on biodiversity and ecosystem services: taking landscape complexity into account. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1249(1), 191-203

- Wolchover, N. (2012). *Should you buy organic?* [online] [cit. 2015-20-08] Dostupné na <http://www.livescience.com/22966-should-you-buy-organic.html>
- Wright, S. & McCrea, D. (2007). *The handbook of organic and fair trade food marketing*. Oxford: Blackwell Publishing
- Zagata, L. (2012). Consumers' beliefs and behavioural intentions towards organic food. Evidence from the Czech Republic. *Appetite*, 59(1), 81-89
- Zagata, L. & Lošťák, M. (2012). In goodness we trust. The role of trust and institutions underpinning trust in the organic food market. *Sociologia Ruralis*, 52(4), 470-487
- Zanoli, R. & Naspetti, S. (2002). Consumer motivations in the purchase of organic food: A means-end approach. *British Food Journal*, 104(8), 643-653
- Září měsíc biopotravin (2016) [online] [cit. 2016-09-20] Dostupné na <http://www.ctpez.cz/cz/zari-mesic-biopotravin>
- Zpráva pro producenty biopotravin (n. d.) [online] [cit. 2016-08-10] Dostupné na <http://byznys.ihned.cz/podnikani/c1-59579460-zprava-pro-producenty-biopotravin-y-kupuji-pravidelne-jen-ctyri-procenta-cechu-vadi-jim-cena-a-pochybuji-o-kvalite>
- Živělová, I. & Crhová, M. (2013). Organic food market in the Czech Republic. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 61(2), 539-546

III. SEZNAM ZKRATEK

AEKO	Agroenvironmentálně-klimatické opatření
AEO	Agroenvironmentální opatření
AFT ČR	Asociace farmářských tržišť ČR
AP	Akční plán
COFAMI	Collective Farmers Marketing Initiatives (Kolektivní iniciativy zemědělců)
CSA (KPZ)	Community-supported agriculture (Komunitou podporované zemědělství)
ČSÚ	Český statistický úřad
ČTPEZ	Česká technologická platforma pro ekologického zemědělství
DJ	Dobytčí jednotka
EZ	Ekologické zemědělství
EZ(P)	Ekologické zemědělství v „plném“ režimu (po uplynutí PO)
EZFRV	Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD-European Agricultural Fund for Rural Development)
GAJU	Grantová agentura Jihočeské univerzity
GIS	Geografický informační systém
GMO	Geneticky modifikovaný organismus
HV	Hospodářský výsledek
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements (Mezinárodní federace EZ)
KBTPM	Krávy bez tržní produkce mléka
KZ	Konvenční zemědělství
KPZ (CSA)	Komunitou podporované zemědělství
LAKR	Léčivé, aromatické a kořeninové rostliny
LFA	Less Favoured Areas (<i>méně příznivé oblasti</i>)
LPIS	Land Parcel Identification System (veřejný registr půdy)
MAS	Místní akční skupina
MŠ	Mateřská škola
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
MZe	Ministerstvo zemědělství
NACE	Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes (klasifikace ekonomických činností)

NAZV	Národní agentura pro zemědělský výzkum
OAK JK	Okresní agrární komory Jihočeského kraje
OP	Orná půda
OŘ	Obchodní řetězec
PO	Přechodné období
PR	Public relations („vztahy s veřejností“)
PRV	Program rozvoje venkova
RAK JK	Regionální agrární komora Jihočeského kraje
REP	Registr ekologických podnikatelů
RP	Rostlinná produkce
RV	Rostlinná výroba
SAPS	Jednotná platba na plochu
SP	Specializované prodejny
SVS	Státní veterinární správa
SZIF	Státní zemědělský intervenční fond
SZP	Společná zemědělská politika
SZPI	Státní zemědělská a potravinářská inspekce
TK	Trvalá kultura
TOP-UP	Národní doplňková platba
TTP	Trvalý travní porost
ÚZEI	Ústav zemědělské ekonomiky a informací
VK	Variační koeficient
VR	Variační rozpětí
ZP	Zemědělská půda
ZPF	Zemědělský půdní fond
ZŠ	Základní škola
ZV	Zdravé výživy (prodejny zdravé výživy)
ŽV	Živočišná výroba
ŽP	Živočišná produkce

Ve zkratkách nejsou uváděny oficiální zkratky organizací, jsou vysvětleny vždy na příslušných místech v textu práce. Dále zde nejsou uváděny zkratky využívané jen v rámci konkrétní souvislosti (dále se již neopakující), význam je opět uveden přímo v textu. Také nejsou uvedeny zkratky obecně známé povahy.

IV. SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

- Obrázek 1: Logo IFOAM
- Obrázek 2: Vývoj zemědělské půdy v EZ podle způsobu využití (svět, 2004-2014)
- Obrázek 3: Zemědělská půda v EZ podle regionů (svět, 2014)
- Obrázek 4: Vývoj zemědělské půdy v EZ podle kontinentů (svět, 1999-2014)
- Obrázek 5: Země s největší rozlohou zemědělské půdy v EZ (svět, 2014)
- Obrázek 6: Země s největším podílem zemědělské půdy v EZ (svět, 2014)
- Obrázek 7: Tempo růstu ekologického zemědělství ve světě (2001-2011)
- Obrázek 8: Vývoj výměry půdy a počtu farem v EZ a podílu na celkovém ZPF ČR (1990-2014)
- Obrázek 9: Podíl základních kategorií ZP (% , 2014)
- Obrázek 10: Vývoj dotací v EZ (1998-2014)
- Obrázek 11: Náhled na www.nalok.cz
- Obrázek 12: Evropské logo biopotravin
- Obrázek 13: České národní logo biopotravin
- Obrázek 14: TOP 10 států s největší produkcí biopotravin (2014)
- Obrázek 15: Producenti biopotravin podle regionů (2014)
- Obrázek 16: Podíl hlavních distribučních kanálů využívaných výrobci biopotravin (2014)
- Obrázek 17: Země s největším trhem biopotravin (2014)
- Obrázek 18: Podíl států na maloobchodním obratu z prodeje biopotravin (2014)
- Obrázek 19: Země s největší spotřebou biopotravin (2014)
- Obrázek 20: Bariéry nákupu biopotravin
- Obrázek 21: Prioritní oblasti rozvoje EZ (AP 2016-2020)
- Obrázek 22: SWOT analýza
- Obrázek 23: Lokalizace ekofarem (Jihočeský kraj, 2014)
- Obrázek 24: Struktura využití OP (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 25: Struktura obilovin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 26: Produkční mapa obilovin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 27: Uplatnění produkce obilovin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 28: Struktura technických plodin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 29: Produkční mapa technických plodin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 30: Uplatnění produkce technických plodin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 31: Struktura luskovin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 32: Produkční mapa luskovin (EZ, Jihočeský kraj)

- Obrázek 33: Uplatnění produkce luskovin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 34: Struktura okopanin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 35: Produkční mapa okopanin (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 36: Uplatnění produkce brambor (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 37: Struktura zeleniny a jahod (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 38: Produkční mapa zeleniny (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 39: Uplatnění produkce zeleniny (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 40: Struktura pícnin na OP (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 41: Produkční mapa pícnin na OP (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 42: Produkční mapa TTP (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 43: Struktura trvalých kultur (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 44: Produkční mapa trvalých kultur (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 45: Struktura ovocných sadů (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 46: Struktura hospodářských zvířat (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 47: Produkční mapa chovu skotu (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 48: Uplatnění produkce hovězího masa (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 49: Uplatnění produkce kravského mléka (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 50: Produkční mapa chovu ovcí (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 51: Uplatnění produkce skopového masa (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 52: Uplatnění produkce ovčího mléka (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 53: Produkční mapa chovu koz (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 54: Uplatnění produkce kozího masa (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 55: Uplatnění produkce kozího mléka (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 56: Produkční mapa chovu drůbeže (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 57: Uplatnění produkce vajec (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 58: Produkční mapa chovu koní (EZ, Jihočeský kraj)
- Obrázek 59: Tržní produkce a prodej v biorežimu (Jihočeský kraj, 2013)
- Obrázek 60: Využívané formy odbytu (Jihočeský kraj, 2013)
- Obrázek 61: Profil spotřebitelů z pohledu EZ (Jihočeský kraj, 2014)
- Obrázek 62: Zpracovatelé bioprodukce (Jihočeský kraj, 2014)
- Obrázek 63: Privátní značky vybraných obchodních řetězců
- Obrázek 64: Lokalizace specializovaných a farmářských prodejen (Jihočeský kraj, 2014)
- Obrázek 65: Lokalizace farmářských trhů (Jihočeský kraj, 2014)
- Obrázek 66: Lokalizace odběrových míst bedýnkových družstev (Jihočeský kraj, 2014)

- Obrázek 67: Faktory ovlivňující nákupní rozhodování
- Obrázek 68: Průměrné, minimální a maximální ceny biopotravin SP a OŘ (mléko a mléčné výrobky)
- Obrázek 69: Průměrné ceny biopotravin v OŘ (mléko a mléčné výrobky)
-
- Tabulka 1: Struktura zemědělské půdy v ekologickém zemědělství (2014)
- Tabulka 2: Počet ekofarem (2008, 2011 a 2014; ČR a Jihočeský kraj)
- Tabulka 3: Struktura ZP v EZ (2008, 2011 a 2014; Jihočeský kraj)
- Tabulka 4: Plodiny na OP (2008, 2011 a 2014; Jihočeský kraj)
- Tabulka 5: Tržní produkce a prodej v biorežimu (Jihočeský kraj, 2013)
- Tabulka 6: Odhad potenciálního navýšení roční produkce (Jihočeský kraj, 2013)
- Tabulka 7: Podíl zkoumaného vzorku prodejen na celkovém počtu provozoven daného OŘ v Jihočeském kraji
- Tabulka 8: Počet nabízených položek biopotravin v analyzovaných prodejnách OŘ
- Tabulka 9: Spokojenost s kvalitou a cenou biopotravin
- Tabulka 10: Počet sledovaných položek a počet prodejen s nabídkou dané biopotravin (mléko a mléčné výrobky)
- Tabulka 11: Poměr průměrných cen biopotravin a jejich konvenčních alternativ (mléko a mléčné výrobky)
- Tabulka 12: Ukazatelé variability cen (mléko a mléčné výrobky)
- Tabulka 13: Poměr průměrných cen biopotravin ve SP a OŘ (mléko a mléčné výrobky)
- Tabulka 14: Uplatnění rostlinné bioprodukce na trhu (t)
- Tabulka 15: Uplatnění živočišné bioprodukce na trhu (t, tis. l, ks)
- Tabulka 16: Nabídka biopotravin v rámci OŘ (počet položek)
- Tabulka 17: Zastoupení biopotravin ve SP (%)
- Tabulka 18: Porovnání cen ve SP a OŘ, biopotravin a konvenčních alternativ

V. SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha 1: Pěstované plodiny a rostlinná produkce (2013, 2014)
- Příloha 2: Stavy hospodářských zvířat a živočišná produkce (2013, 2014)
- Příloha 3: Dotace pro oblast ekologického zemědělství a AEKO
- Příloha 4: Doporučení a závěry vyplývající z analýzy EZ ČR 2011-2015
- Příloha 5: Podrobné vymezení dílčích cílů a indikátorů rozvoje (Akční plán ČR pro rozvoj EZ v letech 2016-2020)

- Příloha 6: Vítězové soutěže Biopotravina roku
- Příloha 7: Analýza nabídky biopotravin OŘ Globus, Jihočeský kraj 2009 a 2013
- Příloha 8: Analýza nabídky biopotravin specializované prodejny, Jihočeský kraj 2013

Příloha 1: Pěstované plodiny a rostlinná produkce (2013, 2014)

Plodiny	Počet ekofarem ¹⁾	Období konverze (ha)	Ekologický režim (ha)	Celkem (ha)	Ekologická produkce (t)	Ekologické výnosy (t/ha)
OP celkem	1 435	5 864,84	48 554,39	54 419,23	150 585,26	n. a.
Obiloviny pro produkci zrna (včetně osiva) celkem	721	2 087,92	22 167,45	24 255,37	63 888,36	2,88
Z toho: pšenice obecná	310	789,89	6 117,74	6 907,63	18 664,15	3,05
špalda	67	35,94	2 022,51	2 058,45	5 675,89	2,81
žito	85	177,25	1 690,04	1 867,29	4 894,70	2,90
ječmen	218	369,22	2 740,50	3 109,72	7 790,17	2,84
oves	378	399,29	4 698,08	5 097,37	12 640,19	2,69
tritikále	197	281,00	3 530,23	3 811,23	10 474,97	2,97
kukuřice na zrno	11	1,30	640,43	641,73	2 280,15	3,56
pohanka	25	7,80	476,45	484,25	840,80	1,76
Luskoviny na zrno celkem	94	113,94	1 779,24	1 893,18	2 766,40	1,55
Z toho: hrách	35	6,25	367,58	373,83	576,66	1,57
bob	4	15,13	13,01	28,14	14,20	1,09
lupina	17	62,58	433,65	496,23	692,06	1,60
sója	6	0,00	140,01	140,01	192,00	1,37
peluška	22	25,80	425,37	451,17	731,09	1,72
Okopaniny celkem	229	6,27	255,92	262,19	2 978,83	11,64
Z toho: brambory	219	5,92	247,27	253,19	2 855,80	11,55
Technické plodiny celkem	123	201,45	3 083,50	3 284,95	2 193,64	0,71
Olejniny	55	148,26	1 897,52	2 045,78	1 538,13	0,81
Z toho: slunečnice	5	0,00	16,47	16,47	28,74	1,74
sója	2	0,00	368,33	368,33	676,40	1,84
řepka a řepice	3	117,09	52,26	169,35	79,00	1,51
mák	5	0,00	42,74	42,74	41,26	0,97
hořčice	31	20,53	461,81	482,34	378,71	0,82
tykev olejná	14	10,64	955,01	965,65	332,52	0,35

LAKR	71	38,57	1 120,62	1 159,19	627,73	0,56
Čerstvá zelenina, melouny, jahody celkem	106	7,58	107,22	114,80	1 162,12	10,84
Košťáloviny/brukvovité	39	0,12	7,44	7,56	33,85	4,55
Z toho: hlávkové zelí	24	0,10	3,12	3,22	14,14	4,53
Listová/stonková zelenina	34	0,16	4,09	4,25	13,02	3,18
Plodová zelenina	78	2,42	32,74	35,16	178,31	5,45
Z toho: dýně	58	2,24	21,45	23,69	111,24	5,19
Kořenová a hlízová zelenina	91	3,47	55,91	59,38	928,58	16,61
Z toho: mrkev	53	2,56	29,02	31,58	831,02	28,64
Luskoviny	28	1,34	2,13	3,47	3,67	1,72
Jahody	21	0,06	4,33	4,39	3,79	0,88
Pícniny na orné půdě celkem (píce v seně)	1 004	3 197,58	19 511,94	22 709,52	77 030,66	3,95
Jednoleté pícniny – v seně	102	819,60	2 647,04	3 466,64	12 815,34	4,84
Kukuřice na zeleno (na siláž)	10	552,70	213,61	766,31	1 111,10	5,20
Ostatní jednoleté pícniny – v seně	95	266,90	2 433,43	2 700,33	11 704,24	4,81
Víceleté pícniny – v seně	963	2 377,98	16 864,90	19 242,88	64 215,32	3,81
Další plodiny na orné půdě	30	40,14	705,08	745,22	564,75	0,80
Půda ladem (součást osevního postupu)	121	209,96	944,03	1 153,99	0,00	n. a.
TTP celkem (píce v seně)	3 173	18 070,98	393 593,26	411 664,24	1 310 274,97	3,33
Trvalé kultury celkem	692	755,08	6 794,01	7 549,09	8 314,67	1,43
Ovocné sady	606	466,00	5 339,61	5 805,61	5 714,43	1,26
Jabloně	472	163,03	2 014,08	2 177,11	3 054,05	1,67
Hrušně	286	46,30	443,58	489,88	518,09	1,37
Meruňky	108	58,66	647,02	705,68	617,20	0,97
Nektarinky	5	0,32	10,79	11,11	12,01	4,30
Broskvoně	43	10,47	83,37	93,84	81,29	1,13
Třešně/višně	284	62,28	613,67	675,95	298,45	0,53
Švestky	407	106,44	1 373,22	1 479,66	699,40	0,76
Ostatní ovoce	64	18,50	153,88	172,38	154,94	1,05
Ořechy	143	18,26	176,92	195,18	47,45	0,60
Bobuloviny	58	98,67	466,41	565,08	369,75	0,81
Vinice	89	170,41	777,77	948,18	2 076,04	2,92
Chmelnice	3	1,74	8,84	10,58	7,00	0,79

¹⁾ Počet ekofarem, které mají plochy dané plodiny již v ekologickém režimu.

Zdroj: Statistické šetření na ekologických farmách ÚZEI 2014; data od 3 808 subjektů.

Zdroj: Ministerstvo zemědělství, 2015

Příloha 2: Stavy hospodářských zvířat a živočišná produkce (2013, 2014)

Kategorie zvířat	Počet ekofarem	Počet ekologicky chovaných zvířat (kusy) ¹⁾		Meziroční změna počtu ekologicky chovaných zvířat 2014/13 (%)
	2014	2013	2014	
Koně	699	6 191	7 095	14,60
Skot	2 054	213 303	224 873	5,42
Z toho: dojnice	135	7 047	7 402	5,04
KBTPM	1 909	98 988	106 127	7,21
Ovce	965	101 528	100 385	-1,13
Kozy	301	7 701	9 112	18,32
Prasata	31	1 860	1 994	7,20
Drůbež	66	36 610	39 330	7,43
Z toho: brojeři	10	15 048	23 137	53,75
nosnice	51	19 777	13 746	-30,50
Králíci	5	418	289	-30,86
Včely (počet rojů)	15	703	39	-94,45
Ostatní zvířata ²⁾	55	183	233	27,32
Ryby	6	3 976	2 490	-37,37

¹⁾ Počet ekologicky chovaných zvířat zahrnuje všechna tzv. BIO zvířata na ekofarmě po přechodném období.

²⁾ Kategorie ostatní zvířata zahrnovala v roce 2013 85 poniků, 47 oslů, 49 bizonů a 2 jaky. V roce 2014 to bylo 117 poniků, 41 oslů a 75 bizonů.

Zdroj: Statistická šetření na ekologických farmách ÚZEI 2013 a 2014.

Živočišná bioprodukce na ekofarmách v letech 2013 a 2014

Produkty	Jednotka	Počet ekofarem 2014	Bioprodukce z BIO zvířat		Meziroční změna (%)
			2013	2014	
Maso					
Hovězí	1 000 kg	1 841	9 459,58	9 760,17	3,18
Hovězí – maso	1 000 kg	1 493	5 648,80	5 841,39	3,41
Hovězí – zástav	1 000 kg	1 295	3 810,78	3 918,78	2,83
Skopové/jehněčí	1 000 kg	858	552,20	597,66	8,23
Skopové/jehněčí – maso	1 000 kg	738	424,43	450,40	6,12
Skopové/jehněčí – zástav	1 000 kg	417	127,77	147,26	15,25
Kozí	1 000 kg	144	19,56	22,98	17,50
Vepřové	1 000 kg	29	132,43	139,89	5,63
Drůbeží	1 000 kg	37	163,28	120,65	-26,11
Králíčí	1 000 kg	5	0,69	1,07	54,49
Rybí	1 000 kg	3	1,60	2,6	62,5
Živá zvířata – prodej jako zástav nebo na chov					
Zástav – telata	kusy	1 295	42 342	43 542	2,83
Zástav – ovce	kusy	417	12 777	14 726	15,25
Mléčná produkce					
Čerstvé mléko – kravské	1 000l	94	32 205,88	29 907,58	-7,14
– ovčí	1 000l	9	29,50	45,40	53,90
– kozí	1 000l	35	138,68	104,61	-24,57
Upravené mléko – kravské	1 000l	10	61,35	26,04	-57,55
– ovčí	1 000l	3	1,78	5,90	231,46
– kozí	1 000l	6	1,67	14,39	761,68
Sýr – kravský	1 000 kg	14	14,26	23,69	66,13
– ovčí	1 000 kg	10	10,44	11,16	6,90
– kozí	1 000 kg	19	25,86 ¹⁾	16,18	-37,43
Další mléčná produkce					
Kysané mléčné výrobky	1 000 kg	12	185,90	98,05	-47,26
Tvaroh	1 000 kg	12	12,15	20,76	70,86
Máslo	1 000 kg	6	1,35	2,93	117,35
Smetana	1 000l	5	4,10	37,39	812,06
Vejce pro konzumaci	1 000 kg	69	220,08	143,50	-34,80
Med	1 000 kg	204	17,28	0,46	-97,36

¹⁾ Množství plánované produkce kozího sýra upraveno na základě nově zjištěných skutečností u jedné z ekofarem (v r. 2013 bylo původně uvedeno 44,76 tun kozího sýra).
Zdroj: Statistická šetření na ekologických farmách ÚZEI 2013 a 2014.

Zdroj: Ministerstvo zemědělství, 2015

Příloha 3: Dotace pro oblast ekologického zemědělství a AEKO

a. *Kultury způsobilé pro poskytnutí dotace v rámci EZ*

- trvalý travní porost (T)
- standardní orná půda (R) – pěstování zeleniny a speciálních bylin, pěstování trav na semeno, pěstování ostatních plodin
- orná půda – travní porost (G)
- orná půda – úhor (U)
- trvalá kultura – ovocný sad (S)
- trvalá kultura – vinice (V)
- trvalá kultura – chmelnice (C)
- jiná trvalá kultura (J) – krajinnotvorný sad

b. *Výše dotace*

Kultura	Kód	Sazba EUR
Trvalé travní porosty	PO - T	84
	EZ - T	83
Intenzivní sady	PO - IS	825
	EZ - IS	779
Ostatní sady	PO - OS	424
	EZ - OS	424
Krajinnotvorné sady	PO - KS	165
	EZ - KS	165
Vinice	PO - V	900
	EZ - V	845
Chmelnice	PO - C	900
	EZ - C	845
Pěstování zeleniny a speciálních bylin	PO - RZB	536
	EZ - RZB	466
Pěstování trav na semeno	PO - RTS	265
	EZ - RTS	180
Pěstování ostatních plodin	PO - ROP	245
	EZ - ROP	180
Travní porost na orné půdě	PO - RT	79
	EZ - RT	69
Odplevelení dočasným úhorem	PO - RU	34
	EZ - RU	29

PO – přechodné období, EZ - ekologické zemědělství

Pro rok 2015 je platný směnný kurz 27,735 Kč/EUR.

c. Agroenvironmentálně-klimatická opatření

Od roku 2015 již nebylo možné vstupovat do programu AEO (EZ), je možné požádat o zařazení do následujících podopatření AEKO (agroenvironmentálně-klimatická opatření):

- A *podopatření integrovaná produkce ovoce,*
- B *podopatření integrovaná produkce révy vinné, které se člení na tituly*
 - B1 základní ochrana vinic,
 - B2 nadstavbová ochrana vinic,
- C *podopatření integrovaná produkce zeleniny,*
- D *podopatření ošetřování travních porostů, které se člení na tituly*
 - D1 obecná péče o extenzivní louky a pastviny,
 - D2 mezofilní a vlhkomilné louky hnojené,
 - D3 mezofilní a vlhkomilné louky nehnojené,
 - D4 horské a suchomilné louky hnojené,
 - D5 horské a suchomilné louky nehnojené,
 - D6 trvale podmáčené a rašelinné louky,
 - D7 ochrana modrásků,
 - D8 ochrana chřástala polního,
 - D9 suché stepní trávníky a vřesoviště,
 - D10 druhově bohaté pastviny
- E *podopatření zatravňování orné půdy, které se člení na tituly*
 - E1 zatravňování orné půdy běžnou směsí,
 - E2 zatravňování orné půdy druhově bohatou směsí,
 - E3 zatravňování orné půdy regionální směsí,
 - E4 zatravňování orné půdy podél vodního útvaru běžnou směsí,
 - E5 zatravňování orné půdy podél vodního útvaru druhově bohatou směsí,
 - E6 zatravňování orné půdy podél vodního útvaru regionální směsí,
- F *podopatření biopásy, které se člení na tituly*
 - F1 krmné biopásy,
 - F2 nektarodárné biopásy,
- G *podopatření ochrana čejky chocholaté (Metodika k provádění nařízení, 2015).*

Příloha 4: Doporučení a závěry vyplývající z analýzy EZ ČR 2011 - 2015

1 *Systém EZ v ČR ještě plně nedosáhl svého potenciálu v produkci bioproduktů a biopotravin.*

Doporučení:

- *Zvýšit produkci bioproduktů* (tj. zvýšit podíl příjmů z produkce vůči dotacím) prostřednictvím:
 - zvyšování výnosů/užitkovosti díky zlepšení dostupnosti informací o postupech a prostředcích k optimalizaci produkce,
 - lepšího zpeněžení bioprodukce díky zlepšení odbytu (distribučních sítí).
- *Využívat efektivně podpory pro rozvoj EZ* (environmentálně plošné platby) jako jednoho z nejučinnějších nástrojů stimulujícího zemědělce ke vstupu do EZ, přitom však prostřednictvím pravidelného monitoringu a vyhodnocování dotačních podmínek zkvalitňovat dotační systém (zemědělci, kteří zvažují vstup do EZ, musí mít jistotu silné a vytrvalé podpory v oblasti politiky při přechodu na ekologicky způsob hospodaření).
- *Zajistit další podpůrné mechanismy* (včetně politické vůle) cílené na podporu bioprodukce (implementovat širší mix opatření zaměřených nejen na podporu nabídky, ale i na zlepšování zpracování a odbytu bioproduktů a biopotravin až po podporu poptávky).

2 *V ČR je zatím stále málo rozvinutý trh s bioprodukty i biopotravinami (slabá organizace trhu) a to i přes významný nárůst bioprodukce v posledních letech.*

ČR patří mezi deset zemí světa s nejvyšším podílem ploch EZ na celkové zemědělské půdě. Při takto významném podílu ploch v EZ již nelze zpracování a odbyt biopotravin ponechávat bez podpory a je nutno zajistit adekvátně silnou poptávku. Již dnes *není u některých komodit dostatek zpracovatelských kapacit, a proto nemají v ČR odbyt nebo jsou zpracovány konvenčním způsobem. Patrný je trend růstu exportu kvalitních biosurovin do zahraničí na úkor rozvoje domácího zpracování.*

Na druhou stranu roste dovoz zpracovaných biopotravin do ČR. Proto mezi priority patří rozvoj odbytu a zpracování bioproduktů a následně i rozvoj trhu biopotravin. Velký potenciál má rozvoj faremního zpracování, kdy již dnes farmy realizující zpracování bioproduktů a prodej ze dvora uplatní takto často celou svoji produkci. Jako velmi negativní faktor se jeví neschopnost jednotlivých subjektů sdružovat se do odbytových organizací

a výrobních nebo odbytových družstev, což je v zahraničí běžná praxe, a oligopolní charakter obchodní sítě v ČR.

Důvodů problematického (nejistého) odbytu biosurovin z farem a nízké domácí výroby biopotravin je více: málo rozvinuta organizace trhu s bioprodukty (tj. nedostatečná informovanost, nejistota a nízké výkupní ceny, nedaří se zakládat odbytová družstva, velmi pomalu se budují stabilní distribuční sítě); nízká motivace zpracovatelského sektoru z důvodu nižší rentability výroby biopotravin (menší objemy při vyšších nákladech a s nejistým odbytem); dominantní postavení maloobchodních řetězců (ovlivňují podstatně cenotvorbu u biopotravin, svými podmínkami znesnadňují vstup menším a středním českým dodavatelům a realizují významný objem dovozu); nevyužitý potenciál faremního zpracování a prodeje biopotravin přímo z farem, stejně jako ostatních alternativních odbytových cest (faremní trhy, faremní prodejny, bedýnkové systémy aj.); minimální uplatnění biopotravin ve veřejném stravování a gastronomii obecně.

Doporučení:

- *Podpořit odbytové organizace či sdružování zemědělců* (specifické podmínky pro EZ).
- *Pokračovat v podpoře výrobců biopotravin – stabilizace výrobců v sektoru EZ* (zpracovatelé/výrobci, kteří zvažují výrobu biopotravin, musí mít jistotu dlouhodobé politické podpory v oblasti investic do zpracování a marketingu).
- *Pokračovat v podpoře faremního zpracování a přímého prodeje biopotravin z farem* – zjednodušit podmínky pro drobné zpracovatele bioproduktů (podpora faremního zpracování a přímého prodeje z farem řeší problém nedostatku odbytových kanálů, zajišťuje jisté a vyšší ceny za bioprodukcí a současně přivádí spotřebitele na farmu, čímž vytváří přímý vztah mezi farmářem a spotřebitelem a tím propaguje EZ a biopotravinu s jasným multiplikačním efektem).
- *Podpořit zavádění biopotravin do veřejného stravování* – přijmout vládní rozhodnutí o zavedení biopotravin do veřejného stravování, jako je tomu v jiných členských zemích (Rakousko lokálně až 30 %, Německo lokálně přes 50 %, Švédsko lokálně až 25 %, Dánsko lokálně až 60 %); mezi hlavní bariéry rozšíření biopotravin do školních jídelen v ČR patří vyšší ceny biopotravin, zatím nízká angažovanost MŠMT, nízká informovanost o možnostech nákupu, minimální komunikace mezi spotřebitelem a jídelnou. Na druhou stranu veřejné stravovací kapacity představují velký potenciální trh pro bioproducenty.
- *Podpořit rozvoj nových odbytových možností pro biopotravinu* = nové alternativní způsoby odbytu (rozvoj farmářských trhů, prodeje z farmy, komunitou podporované

zemědělství, gastronomie a cestovní ruch a jiné lokální iniciativy se silnou účastí ekologického sektoru). Bioprodukty mají velký potenciál faremního prodeje a dalších forem přímé realizace, což zvyšuje jak ziskovost farem, tak vazbu zákazník – producent a přispívá k lokalizaci zemědělských trhů. Výhodou biopotravin je jejich „příběh a dohledatelnost místa produkce“, což je vždy pro spotřebitele zajímavé. Na rozdíl od jiných „značek“ jako je „farmářský“, „poctivý“ apod., je značka BIO zárukou pravidelné kontroly a certifikace deklarovaných kvalitativních atributů.

3 Jednou z hlavních překážek většího rozvoje trhu s biopotravinami je chybějící dlouhodobá a systematická propagace/národní informační kampaň.

Celková i průměrná spotřeba biopotravin na osobu v ČR, i přes dlouhodobě rostoucí poptávku, zůstává daleko za průměrem Západní Evropy. Vzhledem k tomu, že téměř 60 % populace biopotravinu nekupuje, *existuje značný potenciál ve zvýšení nákupu biopotravin mezi veřejností*. Spotřebitelé mají nedostatečné povědomí o EZ a biopotravinách, o přínosech EZ pro obyvatelstvo, životní prostředí i chovaná zvířata. Je vhodné, aby veřejnost věděla, že biopotravinu podléhají přísné pravidelné křížové kontrole a certifikaci, díky které je možné kdykoli ověřit jejich původ. Jedná se tak o nejvíce kontrolovaný systém produkce potravin. U neinformovaného spotřebitele může být snadno otřesena jeho důvěra v biopotravinu, a to kvůli zveřejňování nepřesných nebo zavádějících informací v médiích.

Významnou překážkou je také *vyšší cena za biopotravinu, malá transparentnost trhu a dominantní postavení maloobchodních řetězců*.

K zajištění rovnováhy na trhu biopotravin je třeba nadále pracovat na zvýšení poptávky ze strany spotřebitelů i veřejného stravování a současně motivovat maloobchod k vyššímu odběru českých biopotravin, aby zůstávala zachována tržní motivace pro rozvoj domácích zpracovatelských a zemědělských kapacit.

Doporučení:

- *Podpořit národní propagační/informační kampaně pro EZ a biopotravinu (včetně jejich pravidelného vyhodnocování) – vhodné navázat na zkušenosti z předchozí kampaně, příp. z programů v zahraničí. Řada zemí má vládou financované propagační programy pro EZ zaměřené na spotřebitele, které výrazně napomáhají při rozšiřování trhu s biopotravinami. V ČR byla podobná národní kampaň realizována v letech 2008–2010, ale v současné době na ni nenavázala žádná další.*

- *Podpořit propagaci biopotravin v rámci jakostních produktů* (tj. v rámci všech státem garantovaných programů jakosti), příp. samostatná informační kampaň propagující národní biologo.
- *Podpořit rozvoj spolupráce v dodavatelsko-odběratelských vztazích* (podpora formou vyhlašování projektů spolupráce v rámci opatření PRV).
- *Podpořit projekty/aktivity ke zvýšení transparentnosti trhu* (analýzy cen, informace o trhu, trendech, komoditní zpravodajství).
- *Trvale zlepšovat kontrolní systém k budování a zachování důvěry veřejnosti v celý systém EZ.*
- *Podpořit zastoupení českých biopotravin v maloobchodních řetězcích.*

4 Potenciál EZ v rámci českého zemědělství ještě není dostatečně využit a poskytuje velký prostor pro zvyšování pozitivních dopadů EZ na složky životního prostředí.

EZ je šetrný způsob zemědělského hospodaření, který umí vypěstovat kvalitní suroviny při zachování či zlepšení úrodnosti půdy, čistoty vod a biodiverzity. V této oblasti je třeba získat další vědomosti a informace o vhodných postupech.

Doporučení:

- *Dlouhodobě sledovat pozitivní vlivy EZ na půdu, vodu, biodiverzitu i zdraví a pohodu chovaných zvířat a využívat zjištěné výsledky ke zlepšení stavu v praxi jak EZ, tak konvence.* V této oblasti více spolupracovat s MŽP.
- *Podpořit EZ jako preferovaný typ hospodaření v cenných a chráněných oblastech* (např. ZCHU, území náležející do soustavy Natura 2000, oblasti s vodními zdroji pro pitnou vodu apod.).

5 Pro podporu rozvoje EZ a také pro zvýšení výrobní kapacity jsou potřebné nové informace a především nové technologie, je nezbytné maximálně využívat vzdělávání a poradenství. Z tohoto důvodu je nutné provádět nezbytný výzkum v oblasti EZ.

⇒ *V oblasti výzkumu se situace zlepšila a zastoupení projektů s tématem EZ v rozpočtu resortního výzkumu (NAZV) vzrostlo ze 4 % na téměř 10 %.* Je třeba pokračovat v cílení výzkumu na aktuální potřeby sektoru, zajistit koordinaci výzkumných institucí a zajistit zveřejňování výsledků výzkumu srozumitelnou formou a jejich implementaci v praxi. Současně by se EZ mělo stát jedním z hlavních témat zemědělského výzkumu s ohledem na jeho potenciál jak v oblasti environmentální, sociální i ekonomické.

⇒ *V oblasti poradenství* způsobil narůst pravidel a podmínek hospodaření i nárůst výše dotací po vstupu do EU u většiny zemědělců *zájem zejména o poradenství v oblasti dotací a kontrol* v zemědělství, včetně EZ. *Poptávka po odborném poradenství v EZ je nízká* a s tím klesá i potenciál poradenského systému jako důležitého nástroje k přenosu znalosti a inovaci do praxe. Nízké poptávce a jejímu úzkému zaměření byl přizpůsoben i systém odborného poradenství. Takto zaměřený poradenský systém *nedostatečně podporuje produkční schopnost EZ v ČR*, což činí ekofarmy závislými na dotacích a snižuje jejich možnost inovaci a investic a zkvalitňování agrotechnických postupů. Chybí metodiky a návody pro správné a efektivní hospodaření. Témata, která je třeba efektivně uchopit, jsou: moderní agrotechnické postupy, technologie v RV a ŽV, ekonomika farmy, zpracování a marketing biopotravin. Osvědčeným způsobem praktického vzdělávání, který úspěšně funguje v zahraničí, jsou modelové farmy. *Možnost přenosu vědomostí do praxe prostřednictvím modelových farem není v ČR zatím příliš využívána.*

⇒ *V oblasti vzdělávání* existuje stále prostor pro zlepšení *povědomí o významu a přínosech EZ u odborné veřejnosti*, tj. pracovníků SŠ i VŠ, poradců, pracovníků statní správy atd. V oblasti školství (zemědělského typu) jsou znalosti o EZ převážně teoretické bez praktických zkušeností. V oblasti všeobecného školství (od MŠ až po VŠ) není osvěta o EZ realizována téměř vůbec, čímž se oslabuje možnost vzdělávat budoucí spotřebitele. Podstatnou podmínkou vzdělávání i poradenství je zajištění pravidelného a soustavného sběru kvalitních a aktuálních dat a informací ze všech oblastí podnikání v EZ a jejich pravidelné zveřejňování/šíření vhodnou formou všem cílovým skupinám. Z pohledu zajištění konkurenceschopnosti českého zemědělství včetně EZ bude význam přenosu vědomostí do praxe narůstat, což naznačuje také trend evropské politiky, kde je podpora předávání znalosti a inovaci v zemědělství jednou z priorit nového programového období (PRV) 2014–2020.

Doporučení:

- *Pokračovat v podpoře činnosti ČTPEZ*, která byla založena v roce 2009 za účelem koordinace v oblasti výzkumu a znalostního systému pro EZ a následného předávání výsledků výzkumu do praxe.
- *Začlenit výzkum v oblasti EZ mezi hlavní témata v rámci resortního výzkumu MZe (NAZV)* = zajistit podíl na rozpočtu odpovídající procentu zemědělské plochy v EZ.
- *Nadále podporovat/zajistit odborné poradenství v EZ* (dotovat náklady na poradenství a vzdělávání, na základě poptávky vyškolit odpovídající počet poradců se specializací na EZ).

- *Podporovat zřizování a dlouhodobé fungování modelových farem* pro odborné vzdělávání a poradenství: pro účely zemědělské praxe, školního vzdělávání i výzkumu (realizaci pokusů v praxi).
- *Zajistit pravidelné vzdělávání odborné veřejnosti v tématech EZ* (zvýšení informovanosti) = zpracovat roční plán podporovaných vzdělávacích akcí dle aktuálních potřeb a k daným účelům využít odborného i technického zázemí zemědělských škol a výzkumných institucí ve spolupráci s MŠMT.
- *Podporovat projekty zaměřené na zvýšení povědomí o EZ ve školách* (od MŠ až po VŠ) ve spolupráci s MŠMT.
- *Zajistit relevantní statistické informace o EZ pro účely vzdělávání a poradenství a pravidelně je zveřejňovat* (technologie, ceny, výroba a zpracování, spotřeba) = vyčlenit samostatný rozpočet na publikační aktivity.

Řada z výše navržených doporučení je řešitelná z rozpočtu a opatření v rámci PRV (2014-2020), pro ostatní aktivity je třeba zajistit zdroje z národních rozpočtů či dalších mezinárodních fondů (Akční plán ČR, n. d.).

Příloha 5: Podrobné vymezení dílčích cílů a indikátorů rozvoje (Akční plán ČR pro rozvoj EZ v letech 2016 – 2020)

1 EKOFARMY - ekonomická životaschopnost

Hlavní cíl: zlepšit ekonomickou životaschopnost ekofarem

Dílčí cíle:

- zvýšit výnosy/užitkovost v EZ
- zvýšit kvalitu bioproduktů
- zpřehlednit výkupní ceny bioproduktů
- snížit náklady bioprodukce
- zlepšit odbyt bioproduktů
- efektivně využívat podpory (PRV)

Opatření:

Pomoci zvýšit efektivitu produkce zemědělců přes informace, výzkum – vzdělávání – poradenství:

- 1.1 Zajistit poradenství v oblasti efektivity bioprodukce = přenos výsledků výzkumu/ inovací zpět do praxe
- 1.2 Podpořit výzkumné projekty zaměřené na zvýšení efektivity bioprodukce
- 1.3 Zajistit ekozemědělcům rovnocenné informační zdroje pro rozhodování jako v KZ
- 1.4 Pomoci zemědělcům s odbytem:
 - podpořit sdružování zemědělců
 - podpořit faremní zpracování (zahrnuto do prioritní oblasti 2 „Trh“)
 - podpořit přímý prodej (zahrnuto do prioritní oblasti 2 „Trh“)
- 1.5 Podpořit/zvýhodnit zemědělce ve vybraných opatřeních PRV a také v národních programech (pokračovat v podpoře mimoprodukčních funkcí EZ)
- 1.6 Provádět pravidelné hodnocení politiky pro EZ a upravovat nastavení dotačních podmínek
- 1.7 Sledovat vývoj u GMO v EU a zachovat zákaz GMO v rámci systému EZ a biopotravin v ČR

Indikátory hodnocení:

- zvýšení podílu příjmů z produkce na celkových příjmech ekofarem
- snížení podílu nákladů na příjmech (bez dotací)
- zvýšení hodnoty produkce ekofarem o 15 % (dle metodiky FADN)
- zvýšení podílu produkce z EZ celkem na celkové zemědělské produkci ČR

- udržení srovnatelné výše příjmu na pracovníka v EZ a KZ (ČPH/AWU)

2 **TRH - výroba a marketing**

Hlavní cíl: zvýšit podíl domácích biopotravin na trhu

Dílčí cíle:

- zvýšit výrobu domácích biopotravin
- zajistit dostatek informací o trhu
- zlepšit podmínky pro dodavatele u maloobchodních řetězců
- podporovat ostatní alternativní cesty prodeje biopotravin mimo řetězce
- zlepšit odbyt biopotravin (efektivní spolupráce v rámci vertikály)
- zvýšit výrobu domácích biopotravin na farmách a zvýšit přímý prodej
- zvýšit podíl biopotravin ve veřejném stravování / gastronomii
- efektivně využívat podpory (PRV)

Opatření:

Pomoci zvýšit efektivitu výroby biopotravin (včetně faremní výroby) přes výzkum - vzdělávání - poradenství:

- 2.1 Zajistit poradenství v oblasti efektivitu výroby biopotravin = přenos výsledků výzkumu/inovací zpět do praxe a příklady dobré praxe
 - 2.2 Podpořit výzkumné projekty zaměřené na zvýšení efektivitu výroby biopotravin
- Pomoci výrobcům s odbytem biopotravin:*
- 2.3 Zajistit dostatek informací o trhu
 - 2.4 Zajistit poradenství/školení v oblasti marketingu
 - 2.5 Podpořit zastoupení českých biopotravin v maloobchodních řetězcích
 - 2.6 Podpořit vertikální sdružování od zemědělců přes výrobce po obchodníky
 - 2.7 Podpořit regionální odbyt biopotravin
 - 2.8 Podpořit přímý prodej biopotravin a ostatní alternativní způsoby odbytu bioproduktů a biopotravin
 - 2.9 Podpořit spotřebu biopotravin ve veřejném stravování/gastronomii
 - 2.10 Podpořit/zvýhodnit výrobu biopotravin včetně faremního zpracování ve vybraných opatřeních PRV a také v národních programech
 - 2.11 Provádět pravidelné hodnocení politiky pro výrobce biopotravin a upravovat nastavení dotačních podmínek

Indikátory hodnocení:

- zvýšení podílu českých biopotravin na 60 % na trhu s biopotravinami
- zvýšení podílu českých biopotravin na prodeji maloobchodních řetězců
- zvýšení počtu registrovaných (aktivních) výrobců biopotravin/faremních zpracovatelů
- zvýšení podílu přímého prodeje z farem na celkovém obratu prodeje biopotravin
- zvýšení podílu biopotravin ve veřejném stravování

3 SPOTŘEBITEL - spotřeba biopotravin

Hlavní cíl: zvýšit spotřebu biopotravin, zejména domácího původu

Dílčí cíle:

- obhájit/snížit ceny biopotravin pro spotřebitele
- zvýšit povědomí o EZ a důvěru spotřebitelů
- zlepšit dostupnost biopotravin pro spotřebitele
- zavést označení domácích biopotravin (vyrobených z domácích surovin)

Opatření:

- 3.1 Zpracovat a naplňovat „Plán propagace a osvěty pro EZ a biopotraviny“ (správně směřovat osvětu, posilovat důvěru v EZ, zvýšit informovanost o pozitivěch EZ)
- 3.2 Zvýšit transparentnost v rámci dodavatelského řetězce (analýza cen, obchodních marží a cenových premií)
- 3.3 Informovat pravidelně spotřebitele o dostupnosti biopotravin podle místa a času u jednotlivých biopotravin - „propojovat spotřebitele s nabídkou“
- 3.4 Navrhnout způsob značení domácích biopotravin (vyrobených z domácích surovin) a prosazovat/propagovat toto značení
- 3.5 Pravidelně vyhodnocovat veřejné mínění o EZ a biopotravinách

Indikátory hodnocení:

- dosažení 3% podílu biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů do roku 2020
- dosažení 60% podílu českých biopotravin na celkové spotřebě biopotravin
- zvýšení důvěry spotřebitelů – zvýšení průměrných výdajů za biopotraviny na 600,- Kč/obyvatele/rok

4 EKOFARMY - přínos pro životní prostředí a welfare zvířat

Hlavní cíl: zvýšit povědomí o přínosech EZ pro životní prostředí a welfare zvířat

Dílčí cíle:

- prokázat (kvantifikovat) přínosy EZ pro životní prostředí a welfare zvířat (ukázat alternativu ke KZ)
- zvýšit informovanost o konkrétních přínosech EZ (jak pro veřejnost, tak pro státní správu/odbornou veřejnost)
- zvýšit rozsah ploch v EZ

Opatření:

- 4.1 Zveřejňovat výsledky hodnocení přínosů EZ/porovnávání obou produkčních systémů/veřejnosti a zejména odborné veřejnosti
- 4.2 Zajistit přenos zjištěných výsledků hodnocení přínosů EZ do praxe (zlepšit hospodaření ekofarem ve vztahu k biodiverzitě, půdě, vodě, klimatu, welfare zvířat)
- 4.3 Vytvořit databázi informací/podkladů o vlivu EZ na životní prostředí a welfare zvířat - vybrat vhodné indikátory pro hodnocení v ČR
- 4.4 Hodnotit pravidelně vliv EZ na životní prostředí a welfare zvířat (národně v rámci hodnocení PRV, úzce v rámci projektů – téma vymezeno v NAZV)
- 4.5 Cíleně podpořit rozšíření ploch EZ v cenných/chráněných/environmentálně citlivých oblastech/územích či produkčních oblastech

Indikátory hodnocení:

- zvýšení povědomí o přínosech EZ u odborné veřejnosti = nárůst odborných publikací, zlepšení vnímání EZ mezi zemědělskými odborníky
- zvýšení povědomí o přínosech EZ u veřejnosti = zvýšení podílů spotřebitelů kupujících biopotraviny z důvodu „envi“ přínosů EZ
- růst počtu projektů/šetření/studií o přínosech EZ na životní prostředí a welfare zvířat v ČR
- zlepšení hospodaření ekofarem ve vztahu k biodiverzitě, půdě, vodě, klimatu, welfare zvířat
- zvýšení podílu ploch v EZ na celkové zemědělské půdě na 15 % do roku 2020
- dosáhnout podílu minimálně 20 % orné půdy z celkové výměry půdy v EZ

5 ŠÍŘENÍ INFORMACÍ výzkum – vzdělávání – poradenství

Hlavní cíl: zvýšit využití poznatků výzkumu/inovaci/nových technologií/znalostí

Dílčí cíle:

- zvýšit informovanost o principech EZ na školách (mezi mladou generací 5-20 let)
- zajistit cílení výzkumu na potřebná/využitelná témata
- koordinace výzkumu přes ČTPEZ (od připomínkování strategických dokumentů zabývajících se výzkumem, přes podávání projektů, k prezentaci výsledků pro praxi)
- zajistit přenos výsledků výzkumu/inovaci do praxe
- zajistit koordinaci poradců i školení (zázemí)

Opatření:

5.1 Posílit výuku a informovanost o principech EZ na školách všech úrovní

5.2 Posílit výzkum v EZ:

- zajistit financování výzkumu v EZ v rámci NAZV nebo jiných veřejných zdrojů MZe
- zajistit cílení výzkumu na potřebná/využitelná témata
- zajistit koordinaci výzkumu a publikování výsledků

5.3 Poradenství zaměřit na:

- agrotechnické poradenství pro EZ, zajistit přenos výsledků výzkumu/inovaci do praxe
- poradenství v oblasti efektivity bioprodukce/v oblasti efektivity výroby biopotravin/ v oblasti ochrany životního prostředí a vazby na EZ (zahrnuto již v opatřeních 1.1., 2.1. a 4.2.), a dále
- zajištění financování modelových farem (zahrnuto již do prioritní oblasti 1 i 2)
- vytvoření seznamu témat, po kterých je mezi praxí poptávka (zahrnuto již do prioritní oblasti 1 i 2)

Indikátory hodnocení:

- a. existence výukového modulu pro MŠ, ZŠ, SŠ a VŠ, příp. podobných materiálů využitelných pro osvětu ve školách
- b. zajištění financování a možnost cílení výzkumu v EZ v rámci NAZV nebo jiných veřejných zdrojů MZe (v rozsahu odpovídajícímu podílu ploch v EZ na celkové zemědělské půdě 15 %)

- c. zajištění fungování ČTPEZ
- d. zajištění financování poradenství pro EZ v rámci PRV
- e. zajištění fungování sítě modelových ekofarem
- f. zajištění financování poradenství v EZ v rozsahu odpovídajícím podílu ploch EZ na celkové zemědělské půdě (15 %) (Akční plán, n. d.).

Příloha 6: Vítězové soutěže Biopotravina roku

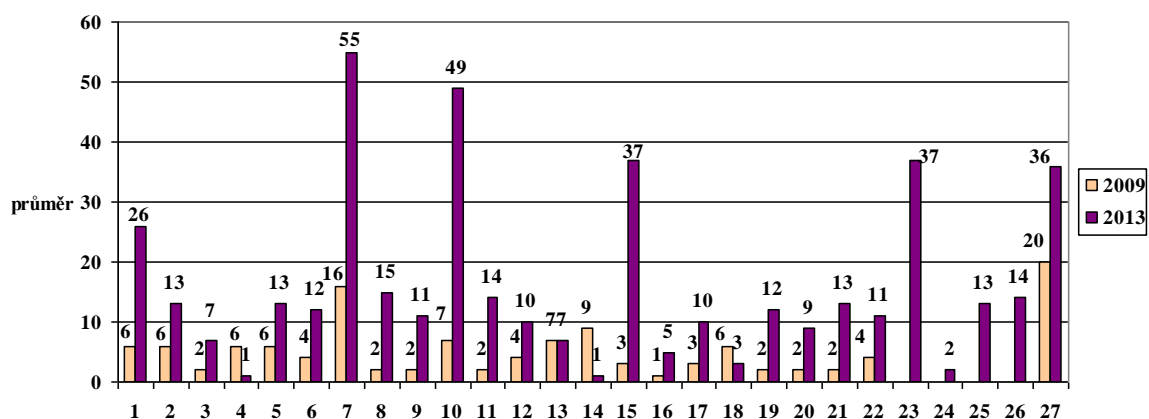
- 2014 – BIO konopné sádlo z přeštických prasat, Biofarma Sasov Josefa Sklenáře
- 2013 – Černíkovické beraní rohy pěstitele Miloše Kurky
- 2012 – Kozí biomáslo společnosti AMALTHEA, s. r. o., z Hvozdu u Prostějova
- 2011 – Ovčí sýr Arnika, Horský statek Abertamy
- 2010 – Kančí biolovečák z Biofarmy Sasov Josefa Sklenáře
- 2009 – Švestkový biodžem vyráběný společností Heliavita ve spolupráci s firmou TopBio
- 2008 – Vitaminátor 100% jablečná šťáva, Slavomír Soška
- 2007 – Pošumavský bio med, Jan Pintř
- 2006 – Bio kysaný nápoj, Mlékárna Valašské Meziříčí
- 2005 – Bio kváskový chléb a pečivo, manželé Jan a Hana Zemanovi, pekárna Albio
- 2004 – Bio Uherák, Biofarma Sasov Josefa Sklenáře
- 2003 – kolekce výrobků z kozího mléka rodinné farmy Pavla a Jitky Dobrovolných z Ratibořic u Jaroměřic nad Rokytnou
- 2002 – Bio jablečný mošt TBK Hostětín

Zdroj: Česká biopotravina, n. d.

 **ČESKÁ**
BIOPOTRAVINA®
 **2014**



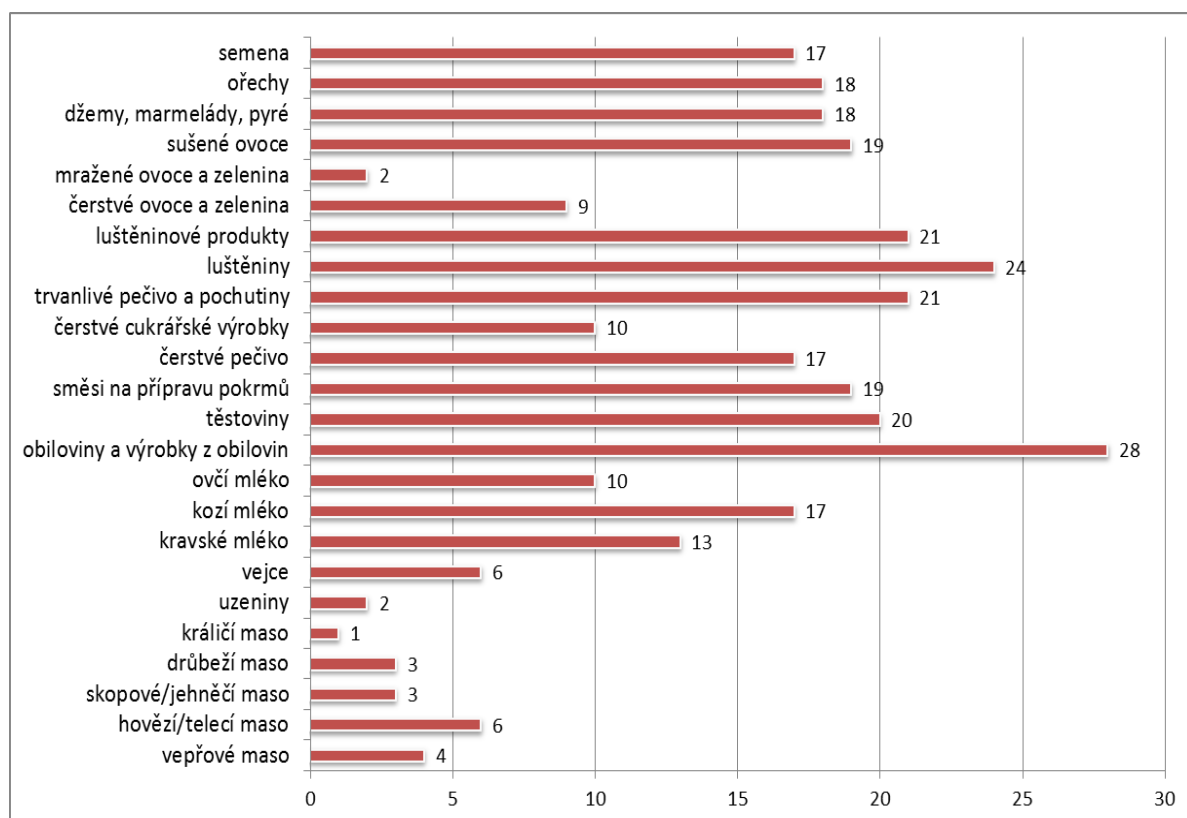
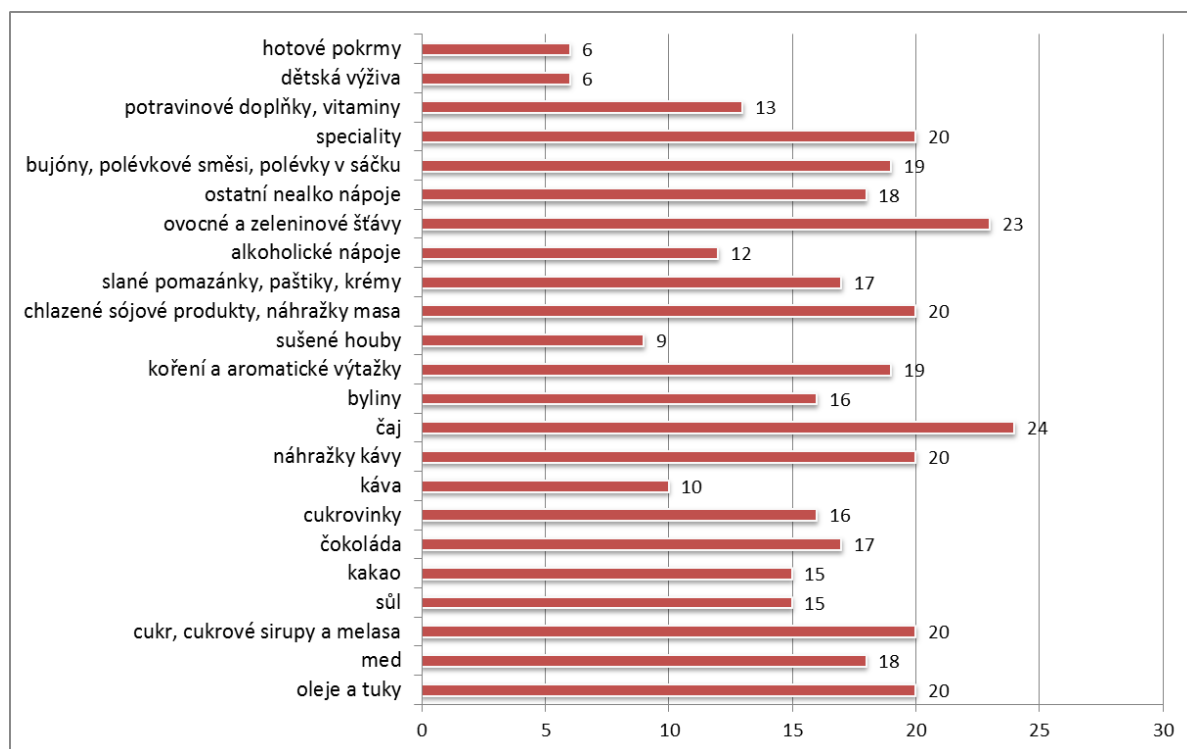
Příloha 7: Analýza nabídky biopotravin OŘ Globus, Jihočeský kraj 2009 a 2013



Zdroj: data a zpracování GAJU

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. mlýnské produkty | 15. nealkoholické nápoje |
| 2. müsli produkty | 16. alkoholické nápoje |
| 3. pohankové produkty | 17. produkty z ovoce - marmelády |
| 4. rýže a rýžové produkty | 18. produkty z ovoce a zeleniny |
| 5. těstoviny | 19. dochucovací prostředky (kečup, hořčice, dressing) |
| 6. luštěniny | 20. rostlinné oleje a ocet |
| 7. mléčné produkty kravské | 21. pomazánky obilné |
| 8. masné produkty | 22. instantní pokrmy |
| 9. cukr a med | 23. dětská výživa – přesnídávky a kaše |
| 10. cukrovinky | 24. dětská výživa – nápoje |
| 11. ořechy a semena | 25. trvanlivé pečivo |
| 12. bylinné a ovocné čaje | 26. suché ovoce |
| 13. ovoce | 27. ostatní |
| 14. zelenina | |

Příloha 8: Analýza nabídky biopotravin specializované prodejny (počet položek), Jihočeský kraj 2013



Zdroj: data a zpracování GAJU