

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Regionální potraviny a jejich podíl na prodeji
v regionu Šumava**

**Regional foods and their share in sales
in the Šumava region**

Ludmila Divišová

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Regionální potraviny a jejich podíl na prodeji v regionu Šumava“

vypracoval/a samostatně pod odborným dohledem vedoucího a konzultantky bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 24. 4. 2022

v.r. Ludmila Divišová

Poděkování

Mé poděkování patří panu doc. PaedDr. Jaroslavu Dokoupilovi, Ph.D. a paní doc. RNDr. Marii Novotné, CSc. za odborné vedení, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnovali.

Obsah

Úvod	7
1 Cíle a hypotézy	8
2 Pojem regionální potravina.....	9
3 Značky a označení regionálních potravin.....	13
3.1 Regionální potravina®	14
3.2 Šumava originální produkt®	16
3.3 Chutná hezky. Jihočesky®	18
3.4 Chráněné zeměpisné označení	19
4 Regionální potraviny na německé a rakouské straně Šumavy	21
4.1 Farmáři, farmářské trhy a obchody	23
4.2 Značky	24
5 Prodejní místa regionálních potravin	26
5.1 Farmářské trhy	27
5.2 Farmářské obchody	31
5.3 Další možnosti prodeje regionálních potravin	33
6 Geografická charakteristika regionu Šumava	36
6.1 Geologie	37
6.2 Pedologie.....	37
6.3 Hydrologie.....	38
6.4 Klima.....	39
6.5 Socioekonomická charakteristika.....	40
7 Metodika	45
8 Výsledky.....	47
8.1 Regionální potraviny v regionu Šumava.....	47

8.2	Dotazníkové šetření	48
Závěr.....	61
Seznam použitých zdrojů.....	63
Seznam použitých zkratk.....	69
Seznam tabulek.....	70
Seznam obrázků	71
Seznam grafů	72
Seznam příloh	73
Přílohy		
Abstrakt		
Abstract		

Úvod

Práce pojednává o regionálních potravinách na Šumavě a v Pošumaví, konkrétněji ve vymezeném regionu Šumava dle jednotlivých správních obvodů obcí s rozšířenou působností Klatovy, Sušice, Prachatice, Vimperk a Český Krumlov. Probírá regionální potraviny produkované v regionu, místní farmáře a výrobce, jejich prodej a prodejní místa regionálních potravin, regionální značky a certifikace potravin a situaci regionálních potravin za hranicí ČR v příhraničí Rakouska a Německa. Dále je v práci ve stručnosti popsána geografická charakteristika regionu Šumava, s ohledem na geologické, pedologické, hydrologické a klimatické podmínky, dále socioekonomická charakteristika tvořená převážně z vybraných ukazatelů. Poslední částí jsou výsledky dotazníkového šetření, které bylo provedeno u regionálních výrobců potravin v rozmezí měsíců března a září loňského roku 2021.

Zaměření práce na regionální potraviny a jejich prodej je zajímavou myšlenkou současnosti i budoucnosti, jelikož jejich obliba je vzrůstající (Syrůvková, 2012). V době pandemie Covid 19 lidé měli tu možnost více popřemýšlet o potravinách, které kupují a konzumují. Zároveň s vlnou solidarity začalo více lidí podporovat mnohé lokální výrobce, i výrobce potravin. Hlavně menší producenty jako jsou právě regionální farmáři, a tak se opět více do povědomí veřejnosti dostali i regionální potraviny a jejich producenti. Bylo jen otázkou, na jakou část ČR práci zaměřit. Jelikož autorka má několik oblíbených farmářů v oblasti Šumavy a Pošumaví, byl výběr jasný. Vymezení regionu bylo zvoleno, hlavně kvůli zahrnutí venkovských i menších měst do výzkumu. Proto byly zvoleny územní jednotky ve formě správních obvodů obcí s rozšířenou působností (SO ORP) zahrnujících jak pohoří Šumavy, tak Šumavskou hornatinu.

1 Cíle a hypotézy

1.1 Cíle

Cílem této práce je zjistit, jak se podílejí na prodeji v regionu Šumava místní farmáři a výrobci potravin a o jak velký objem produkce prodaný v regionu jde. Jaké distribuční cesty pro své výrobky využívají a které jsou pro regionální farmáře nejčastější. Jaké jsou nejčastější značky a certifikace regionálních výrobků v regionu Šumava. Zda pro výrobu svých produktů používají suroviny regionální, české nebo i zahraniční. Dále je cílem práce zjistit, jak to vypadá s regionálními potravinami za hranicemi ČR, na německé a rakouské straně Šumavy.

1.2 Hypotézy

Stanovené hypotézy pro tuto bakalářskou práci jsou:

1. Jednou z nejčastějších možností prodeje regionálních potravin je farmářský trh.
2. Polovina produkce výrobců regionálních potravin se prodá v regionu Šumava.

2 Pojem regionální potravina

Pojem regionální potravina není zcela specifikovaný a můžeme si ho vyložit několika způsoby. Například Dostálová (2014) regionální potraviny definuje jako potraviny zpracované zcela nebo částečně v daném regionu, nehledě na původ surovin. Kögl a Tietze (2010) to vidí z jiného úhlu. Regionální potraviny berou jako potraviny, které urazí co nejmenší vzdálenost mezi místem výroby a místem spotřeby. Dalším jejich pohledem z oblasti ekonomické je fakt, zda byla potravina zpracována v daném regionu. Z kulturního hlediska na to nahlíží jako na produkt vyrobený z tradičních ingrediencí či tradičním způsobem. Dalším poukázáním je subjektivní pohled tedy to, jak velkou důvěru má spotřebitel k danému výrobcí. Poslední zmiňovaný pohled je faktický, a to z hlediska čerstvosti regionálních potravin a jejich kvality (Kögl a Titze, 2010). Podobný pohled má i Daňková (2021), která tvrdí, že regionální potravinou je produkt, který je dovezen jen několik kilometrů od farmáře z okolí. Podobně to vidí i Jarosz (2008), která definuje regionální potraviny jako potraviny z menších farem, které jsou vyráběné často odlišnými metodami. Jejich výrobou však musejí přispívat k udržitelnému rozvoji. Dalším pohledem je regionální potravina viděna jako tradičně pěstovaná odrůda na daném území. Nebo ohledně hospodářského dobytka, též druh dobytka chovaný na daném území již tradičně (CZ TEST, 2010). Jak už jsem zmiňovala, pohledy mohou být různé. Chalupová a kol. (2016) na regionální potraviny nahlíží též kulturně, a to jako dědictví, které nám předkové zanechali a my jej můžeme dále udržovat při životě. Je tedy možné ho brát jako součást regionální identity. Alvensleben (2000) nahlíží na regionální potravinu spíše z toho faktického hlediska. Zaměřuje se tedy na čerstvost a kvalitu. Že na to nahlíží obyvatelstvo městské a venkovské rozdílně popisují Kögl a Tietze (2010). Městští obyvatelé dbají více na vzdálenost, kterou potravina až k nim musela urazit, avšak venkovské obyvatelstvo na to hledí spíše z hlediska kvalitnějších potravin, které si mohou dopřát.

Původ výrobku striktně definuje tzv. kodex. Pokud se tedy na výrobku podílí několik zemí či jsou použité cizí suroviny, pak je uvedená zpracovatelská země jako místo původu produktu. Může tedy dojít k tomu, že regionální potravina je z části tvořena zahraničními surovinami, ale i tak je vedena jako lokální produkt. Uvedena je tedy země, kde proběhne finální zpracování, což není porcování nebo samotné balení (Dostálová, 2014). Pokud jde přímo o pojem „potravina“, Dostálová (2014) ho definuje jako výrobky zpracované zcela,

částečně zpracované, ale i nezpracované, které jsou určené ke konzumaci člověkem. Nejedná se však o živá zvířata, rostliny před sklizní, léky, léčivé přípravky atd. O výhodách regionálních potravin se zmiňují Kögl a Tietze (2010). Ti popisují výhody jako ulehčení nezaměstnanosti v daném regionu tím, že právě menší výrobci mohou nabídnout pracovní pozice větší sortě lidí. Jako další výhodu zmiňují ekologičnost, tedy přispívání k ochraně životního prostředí tím, že se někteří farmáři snaží pěstovat své plodiny šetrněji, tak aby šetřili energetické či vodní zdroje a omezovali používání chemických hnojiv a přípravků. Těž zajištění co nejkratší cesty ke spotřebiteli ovlivňuje ochranu životního prostředí, už jen tím, že kratší cesta zajistí nižší emisní odpad v ovzduší a v okolní krajině. Další, tak trochu skrytou, výhodou je posilování mezilidských vztahů. Spotřebitelé, kteří pravidelně nakupují regionální potraviny, si většinou najdou farmáře, od kterého mohou odebírat pravidelně a jehož výrobky jim vyhovují. Díky pravidelnosti odbytu, tak vzniká vztah mezi samotným spotřebitelem a výrobcem. To vše má poté za následek i rozkvět kulturní identity regionu.

Weiss (2007) nahlíží na regionální potraviny přes spotřebitele a to tak, že je rozděluje do tří kategorií. První z nich jsou spotřebitelé upřednostňující kvalitu před kvantitou, druhá kategorie jsou spotřebitelé, kteří chtějí produkty z venkova a třetí kategorie jsou spotřebitelé, kteří dávají přednost produktům ze své vlasti a nehledí na to v jakém regionu byly vyrobeny. „V mnoha zemích dávají spotřebitelé přednost produktům svého regionu...“, zmiňuje ve svém článku Alvensleben (2000). Otázkou však zůstává, zda jsou opravdu regionální potraviny kvalitnější nebo zda jen prodejci sázejí na vlastenecké spotřebitele, kteří si zakoupí produkt právě jen ze svého regionu. Těž zmiňuje pojem „emocionální kvalita“, který popisuje jako důležitou součást regionálních potravin a popisuje, co je možné si pod tímto pojmem představit. Jde například o:

- produkt, který má svůj specifický příběh,
- produkt, který má určitá generační skupina spojený se vzpomínkami na dětství,
- produkt, který osobně známe od konkrétního prodejce,
- produkt, který je autentický pro danou oblast, je specifický svou výrobou nebo pověstí,
- produkt, který je určený pro specifický životní styl,
- a poslední je produkt, který spoléhá na svou líbivost (Alvensleben, 2000).

Dále můžeme označit jako „emocionální kvalitu“ produktu ekologického zemědělství, kdy spotřebitel věří ve vyšší výživové hodnoty, ekologičnost a vyšší ohledy na zdravý životní styl. Další vliv na spotřebitele může mít jeho život v daném regionu, a to tak, že čím déle v regionu žije, tím více je ochoten nakupovat produkty od místních farmářů. Alvensleben (2000) konstatuje, že regionální produkty mají silnější „emocionální kvalitu“ než ty ostatní. Někteří spotřebitelé se stále učí rozeznávat výhody lokálních potravin oproti potravinám dovezeným z okolních zemí. Mnohdy si neuvědomují, že české ovoce a zelenina mají možnost přirozeně dozrát, kdežto dovážené ovoce i zelenina jsou sbírány před dozráním a proces zrání probíhá uměle při transportu a skladování. Lokální potraviny si tak zachovávají svou čerstvost, díky krátké vzdálenosti na dopravu ke spotřebiteli. Díky přirozenému zrání si tak zachovávají vyšší podíl vitamínů a minerálů. Další výhodou je tradice, jelikož většina zemědělců pěstuje tradiční odrůdy pro určité oblasti v České republice, které jsou prověřené letitými zkušenostmi mnoha generací (CZ TEST, 2011). Regionální potraviny však mají také svou negativní stránku, a to hlavně pokud se zaměříme na jejich dostupnost. Většinou jsou prodávány za vyšší ceny, než je tomu u dovážených potravin v supermarketech ze zahraničí. Což je bohužel daň za kvalitu a pečlivou práci zemědělce či výrobce. Vyšší cena pak způsobuje nedostupnost těchto potravin pro určitou skupinu lidí, kteří si to ekonomicky nemohou dovolit (Srovátková, 2012).

Je tomu tak i z důvodu nízkých výkupních cen obchodních řetězců. Jelikož některé obchodní řetězce mají snahu zahrnout do svého sortimentu i regionální potraviny, snaží se najít způsob, jak je svým zákazníkům nabídnout. Bohužel většina malých farem a výrobců není schopna v takovém množství a v takové míře dodávat pro obchodní řetězce své produkty. Také se často jedná o potraviny, které nejsou trvanlivé a jsou určeny k rychlé spotřebě. Například i maso není možné dodávat v menším objemu, přitom právě pro produkci masa jsou v malochovech používané odlišné druhy masného dobytka, které nejsou vhodné do velkých chovů. Přitom zrovna prodejem lokálních potravin podporujeme soběstačnost regionu, ba i celého státu (Havel, 2019). Bylo by to možné, pokud by obchodní řetězec v konkrétním regionu prodával regionální potraviny z místního regionu, ale ty se většinou snaží, aby jejich nabídka byla shodná ve všech regionech. I tak je to pro menší dodavatele nevýhodné, a to z důvodu nízkých výkupních cen. Konkurenční velkovýrobci tlačí ceny dolů, a tak menší výrobci, pokud chtějí prodat se ziskem, musejí prodat za vyšší cenu, než nabízí konkurence. To pak odrazuje od koupě

spotřebitele, kteří pak rozmýšlejí na základě kvality a jejich ekonomické situace, zda si daný lokální produkt mohou dopřát. Proto se ve většině supermarketů a hypermarketů neseťkáváme s velkým množstvím lokálních produktů, jelikož malovýrobce se rozhodne, zda se mu vyplatí prodávat svou produkci za nízkou výkupní cenu obchodnímu řetězci nebo je prodávat na alternativních místech jako na farmářských trzích, na e-shopu nebo přímo ze dvora.

V dnešní době plné internetu a jiných vymožeností je marketing důležitý i pro potravinářství. Internet a sociální média slouží jako dobrá plocha pro marketingovou činnost a propagaci i takových produktů jako jsou regionální potraviny, které tak můžou formou reklamy oslovit širší okolí spotřebitelů, kteří by třeba neměli takovou možnost poznat daný produkt a jeho producenta (Pechrová a kol., 2015).

3 Značky a označení regionálních potravin

V České republice existuje několik značek potravin, které specifikují jejich jedinečné vlastnosti, původ nebo tradiční výrobu. Tyto značky jsou podporované buďto státem nebo soukromými iniciativami. Existují však značky, které se přímo specializují na regionální potraviny a na výrobky od malých producentů. Na ty se zaměříme my. Evropská unie pak zaštiťuje označení jako Chráněné označení původu, Chráněné zeměpisné označení nebo Zaručeně tradiční specialita. Regionální potravina zase zajišťuje rovnováhu mezi kvalitou potraviny a jejím původem. Grmelová (2017) tvrdí, že obecně lze říci, že označení podporované státem se zaměřují spíše na kvalitu, kdežto označení podporované soukromými iniciativami dbají důraz na původ.

Venkov bývá mnohdy propagován jako turisticky atraktivní místo spojené s místními specialitami a řemeslnými výrobky. Regionální identita je často označována jako soubor produktů určených k propagaci a marketingu. K propagaci též přispívají místní akční skupiny (dále jen MAS), které podporují a realizují certifikaci regionálních produktů. Proto jsou mnohdy členy MAS i přímo asociace regionálních značek. Stejně tak tomu napomáhá metoda LEADER, která propojuje aktivity spojené s rozvojem ekonomiky, především venkovských oblastí (Delín & Pospěch, 2016). Certifikace a regionální etikety podrobně popisují vlastnosti jednotlivých výrobků. Jejich pravost by poté měly zajišťovat regionální štítky, které tak vytvářejí specifickou identitu místních produktů. Regionální etikety dále zaručují respektování životního prostředí při procesu vzniku produktu, podíl manuální práce a využití regionálních surovin. Značky a označení slouží jako směrové tabule, které upozorňují na výrobky tradiční regionální výroby, posilují vztahy v rámci regionu nebo napomáhají zaměstnanosti a často cestovnímu ruchu, kdy si je turisté odvážejí z různých regionů jako suvenýry. V posledních letech přibývá mnoho takových regionálních značek a certifikací. Otázkou je, zda se v tom spotřebitelé stále dobře orientují a jestli tak neztrácí certifikace na významu (Chalupová, Prokop & Rojík, 2016). Etikety, štítky, certifikace a další, to vše jsou věci, které by měli pomáhat producentům s prodejem a propagací jejich výrobku a spotřebitelům s výběrem produktu, avšak je zde otázka, zda jsou tyto etikety stále dobře čitelné a opravdu plní svou funkci. Pokud se totiž sejde na nějakém z výrobků několik etiket a štítků s různými informacemi, může to být pro spotřebitele dosti matoucí. V posledních letech opravdu prudce stoupá

využívání těchto označení. Co se týče takových označení, spotřebitelé mají větší důvěru k českým značkám než k těm evropským (Chalupová a kol., 2021).

Značka Regionální potravina se zaměřuje hlavně na propagaci regionálních potravin, o povědomí výhod jejich konzumace, ale i o rozvoji daného regionu i co se týče zaměstnanosti nebo cestovního ruchu. Asociace regionálních značek vytvořila první značky v roce 2005, kde jednou z nich byla právě značka Šumava originální produkt, která se nezaměřuje pouze na potraviny, ale i na různé tradiční řemeslné výrobky, zážitky a služby z dané lokality (Chalupová a kol., 2021).

3.1 Regionální potravina®

Od roku 2010 ji uděluje Ministerstvo zemědělství nejkvalitnějším výrobkům ze 13 českých krajů. Cílem projektu je podpořit lokální producenty a vzbudit u spotřebitelů chůt, hledat takto kvalitní produkty. Momentálně je 419 oceněných výrobků od 321 výrobců. To, co zaručuje značka Regionální potravina® je kvalita, použití místních surovin, tradiční receptura a také výborná chuť. Značka také podtrhuje fakt, že produkt byl vyroben v České republice, na území kraje, kde bylo ocenění uděleno. Organizátoři certifikace se spoléhají na vyšší čerstvost a lepší chuť produktu, díky krátké cestě ke spotřebiteli, jelikož se jedná o české výrobky. Takto označené produkty splňují přísné kvalitativní požadavky ČR, ale i EU. Značka dokazuje též jedinečnost výrobků, jelikož obsahují specifickou regionální surovinu nebo jsou vyráběné dle tradiční receptury. Spotřebitel zakoupením certifikovaného produktu podporuje jak samotného výrobce, ale také svůj region, větší ekologičnost nebo větší počet pracovních míst v daném regionu (Regionální potravina, 2015-2022a).

Soutěž pořádá Ministerstvo zemědělství na základě krajských soutěží ve všech 13 českých krajích. Účastnit se jí mohou pouze malé a střední podniky, které nemají více jak 250 zaměstnanců. Vítězný produkt v dané kategorii získá certifikát ministra zemědělství a smí používat značku po dobu 4 let (Ministerstvo zemědělství, 2009-2022c). Soutěžící se rozdělují do několika kategorií. První z nich je kategorie Masné výrobky tepelně opracované, další jsou pak Masné výrobky trvanlivé, tepelně neopracované, konzervy a polokonzervy, Sýry včetně tvarohu, Mléčné výrobky ostatní, Pekařské výrobky včetně těstovin, Cukrářské výrobky včetně cukrovinek, Alkoholické a nealkoholické nápoje, Ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracované formě a poslední kategorie je Ostatní, pod nimiž si můžeme představit např. med, lahůdkářské výrobky,

skořápkové plody a další (Regionální potravina, 2021). Všechny oceněné produkty od farmářů z regionu Šumava za dobu působení značky jsou v tabulce v příloze A.

Obr. č.1: Logo značky Regionální potravina®



Zdroj: Regionální potravina (2015-2022d)

3.2 Šumava originální produkt®

Tento projekt oceňuje produkty po celé České republice a každý kout má svoji specifickou značku jako je tomu právě u Šumavy, která má značku Šumava originální produkt®. Tato značka nám značí, že produkt opravdu pochází ze Šumavy, jelikož musel splnit několik kritérií. Jednou z nich je právě původ, další je kvalita, šetrnost k životnímu prostředí a jedinečný vztah k území, tedy například ruční výroba, tradiční suroviny nebo výroba či technologie. Už samotné logo ukazuje historii Šumavy, a to tak, že písmeno „S“, které v logu vidíme značí vodní víry a horské toky, které byly využívány k lesnímu i zemědělskému hospodaření. Dále symbolizuje lidskou zručnost a práci, kterou místní obyvatelé vykonávali a někteří ji drží při životě dodnes. Většinou je značka umístována na samotné výrobky formou samolepek nebo už rovnou jako součástí jejich loga a etikety. Takové výrobky, které se nedají označit přímo, jsou většinou v označeném regálu, kde je značka uvedena. Značka pomáhá propagovat region, který je výjimečný v mnoha ohledech, zároveň příchozím turistům ukazuje produkty, které jsou přímo ze Šumavy a jsou tak krásným suvenýrem z jejich cest. Ale nejde jen o turisty, jde i o místní, kteří tak mohou podporovat své lokální výrobce a udržovat určité tradiční výrobky a tradiční činnosti při životě. Jak už jsem zmínila nejde jen o produkty, oceňované jsou i zážitky a služby. Mezi oceněné služby se řadí hlavně místní ubytovací zařízení, které svým vzhledem nenarušují okolní krajinu, ale naopak ji doplňují a poskytují prvotřídní služby. Pokud jde o oceněné zážitky, jedná se například o pečení chleba v obecní peci v obci Lenora nebo prohlídky pivovaru ve Vimperku spojené s degustací a možností vyzkoušet si některé z činností sládků. Značka byla spolufinancována Evropskou unií v několika projektech jako je program „Turistický destinační management Bavorský les – Šumava“ nebo „Tourism for Nature“ (Asociace regionálních značek, 2010-2022a). Jak už jsem výše zmínila, jednou z oceněných tradičních činností je pečení šumavského chleba v Lenoře, která se nachází nedaleko Volar v SO ORP Prachatice. Jedná se o nejstarší funkční veřejnou pec v České republice (Česká televize, 2010). Právě zdejší obecní pec pochází z 30. let 19. století. V obci bylo veřejných pecí několik, ale do dnešních dní se dochovala jen jedna, kterou skupina Velká lóže pekařská opravila a uvedla znovu do provozu v roce 1998. Od roku 1958 byla obecní pec zapsána jako nemovitá kulturní památka (ŠumavaNet.CZ, 2022). V peci se peče od dubna do prosince každou poslední sobotu v měsíci a pečivo z ní se neprodává, ale rozdává na ochutnávku typicky tradičního šumavského pečiva

obdivovatelům. Pokud se stejně některý z návštěvníků rozhodne za pečivo zaplatit, peníze jsou převedeny na charitu. Poslední červencovou sobotu se také peče, ale zároveň se konají Lenorské slavnosti chleba, které mají bohatý doprovodný program. Pan Augustin Sobotovič, místní pekař, vždy den před pečením zadělává těsto na pečivo a také na tradiční šumavský chléb. Šumavský chléb je pšenično-žitný s letitou tradiční recepturou. Jeho specifíčnost je v tom, že do kvasu se dává veškerá voda již na počátku a dále už se žádná nepřidává. Nepoužívají se stroje, vše je pouze ruční práce. Pec se vytápí dřevem, roztápí se na 220 °C a poté se vymetají žhavé uhlíky, aby se mohly začít do pece skládat chleby, housky a další pečivo. Společně s šumavským chlebem, peče pan Sobotovič i housičky, lenorské česnekové placky, také různé sváteční pečivo jako mazance, vánočky nebo koláčky (Asociace regionálních značek, 2010-2022b). Veškeré produkty oceněné touto značkou z regionu Šumava najdeme v tabulce v příloze B.

Obr. č.2: Logo značky Šumava originální produkt®



Zdroj: Asociace regionálních značek (2022)

3.3 Chutná hezky. Jihočesky®

Tento projekt již od roku 2007 organizuje Regionální agrární komora Jihočeského kraje. Samotný kraj projekt podporuje. Každý rok se koná stejnojmenná soutěž, kde jihočeští výrobci soutěží o certifikát této ochranné známky. Projekt má za cíl především propagovat jihočeské regionální potraviny, ale jsou zde ještě další cíle projektu jako je posílení krajové prosperity, udržení místních tradičních hodnot a posílení spolupráce mezi místními producenty a maloobchodem. Vítězné produkty mají možnost využít propagační kampaně bez poplatků, též se mohou zařadit mezi ostatní výrobky v partnerských obchodech nebo mohou využít možnosti propagace na akcích Jihočeského kraje jako jsou různé veletrhy nebo farmářské trhy. Všechny vítězné produkty z regionu Šumava za dobu působení značky nalezneme v příloze C. Ale projekt Chutná hezky. Jihočesky® (dále jen CHHJ) má výhody i pro samotné přihlášené do soutěže. Nabízí jim možnosti workshopů a školení, kde se mohou vzdělávat v oblasti konkurenceschopnosti a jiných témat. Dále pomáhá v oblasti různých dotačních programů nebo spoluprací, ať už na regionální, státní nebo přeshraniční úrovni. Držitelé značky CHHJ mohou využívat u nabídky bezplatné analýzy potravin v laboratořích na Střední odborné škole ekologické a potravinářské ve Veselí nad Lužnicí (Regionální agrární komora Jihočeského kraje, 2022b).

Obr. č.3: Logo značky Chutná hezky. Jihočesky®



Zdroj: Regionální agrární komora Jihočeského kraje (2022c)

3.4 Chráněné zeměpisné označení

Nejdříve jen několik vět o evropských značkách celkově a rozdílech mezi nimi. Evropské značky jako Zaručeně tradiční specialita (dále jen ZTS), Chráněné zeměpisné označení (CHZO) nebo Chráněné označení původu (CHOP) se zaměřují též na značnou část regionálních potravin. CHOP se zaměřuje na produkci surovin, ale i zpracování produktu v uvedené zeměpisné oblasti, která je uvedena přímo v názvu produktu. Produkt má tak nezaměnitelné vlastnosti spojené s regionem, ať už jde o přírodu nebo lidi. CHZO, zde máme opět uvedeno zeměpisné označení přímo v názvu produktu, ale oproti CHOP probíhá v místě minimálně jedna z fází výroby či zpracování. Zeměpisné označení zase zaručuje specifické vlastnosti či pověst výrobku. U značky ZTS nejde ani tak o místo původu, jakožto o striktní dodržení stálých postupů, receptury nebo technologií, které jsou zachovány nejméně 30 let (Dostálová, 2014). Tyto značky jsou vymezovány Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1151/2012 o režimech jakosti zemědělských produktů a potravin. Označení CHZO je pro výjimečné zemědělské produkty, ale zároveň je označením i pro regionální potraviny. Pro CHZO je podmínkou, aby jedna z fází výroby proběhla na území daného regionu. Svou výjimečnost potravina musí mít díky své kvalitě, pověsti nebo tradičnímu postupu. Pak může taková potravina používat název regionu ve svém názvu (Ministerstvo zemědělství, 2009-2022b).

Česká republika má pod značkou CHZO 24 registrovaných, z nichž 3 se váží k regionu Šumava. Prvním z nich je „Chelčicko-Lhenické ovoce“, jedná se o ovocné druhy jako jsou jablka, třešně, višně, švestky, rybíz a jejich odrůdy. Vypěstované ovoce je vhodné k přímé konzumaci nebo jej lze zpracovat. Zpracované již nenese název „Chelčicko-Lhenické ovoce“. Právě oblast pěstování dává specifické vlastnosti ovoci svými přírodními podmínkami, které je svěží a plné chuti. Pod specifickými přírodními podmínkami dané oblasti si můžeme představit ranní mlhy nebo rozdílnost teplot denních a nočních v době zrání. Takto označené potraviny jsou produktem Unie ovocnářů jižních a západních Čech (Úřední věstník Evropské unie, 2011). Dalšími produkty jsou „Jihočeská niva“ a „Jihočeská zlatá niva“, které jsou produktem společnosti MADETA a.s., českokrumlovského závodu. Pro oba výrobky je základní surovinou lokální kravské mléko, které je mlékárensky ošetřené. Jde o plísňové sýry podobných vlastností lišících se tím, že „Jihočeská zlatá niva“ je konzistenčně jemnější, má o 10 % více obsahu tuku v sušině a její obsah soli se pohybuje v rozmezí 2,5 – 6 % oproti „Jihočeské nivě“, která má obsah soli 3 – 5,5 % (Úřední věstník Evropské unie, 2007a, 2007b).

Obr. č.4: Logo označení Chráněné zeměpisné označení



Zdroj: Budějovický Budvar, n. p. (2019)

4 Regionální potraviny na německé a rakouské straně Šumavy

Již v 90. letech minulého století započali v Německu s podporou prodeje regionálních potravin. Německo začalo zřizovat různé fondy na podporu jejich prodeje, ať už přímou formou ve formě finanční pomoci nebo nepřímou formou ve formě např. propagace, poradenství nebo konání různých akcí, např. veletrhů (Karpenstein & Werres, 2004). Určité skupiny v německé společnosti též podporují regionální potraviny, jsou to jak politické strany a uskupení, církev, ale i soukromníci a zájmové spolky. Další podpora je ve formě programu LEADER +, který se zaměřuje na zvyšování místních přírodních i kulturních hodnot, tím i zlepšuje a podporuje ekonomickou oblast a zaměstnanost. Právě v Bavorsku program zahrnuje zhruba 45 místní akčních skupin (neboli MAS), které pracují na projektech, jejichž počet je kolem 1 200. Tyto projekty jsou pak spolufinancovány s obcemi a kraji a na jejich práci se podílejí i odborníci. Podpora v první fázi programu bývá zaměřena na posílení venkovských oblastí a příjmů, dále na ekologické hospodaření nebo na posílení vztahů mezi venkovem a městem. V Bavorsku též podporuje regionální potraviny přímo Bavorský fond ochrany přírody, který producenty podporuje formou grantů, kde se spolufinancování pohybuje v rozmezí 50 – 75 % (Kögl & Tietze, 2010).

Rakousko i Německo jsou v prodeji a popularitě farmářských produktů více zběhlí a na jejich nabídku kladou velký důraz. Proto i v supermarketech spotřebitel najde širší sortiment regionálních produktů, které jsou do obchodu dováženy pouze z několika málo desítek kilometrů z okolí (Daňková, 2021). V některých větších lokalitách jsou pravidelnou událostí farmářské trhy, kde prodejci dbají na určitou kulturu. Pečivo, ovoce a zeleninu prodávají v bavlněných rukavicích, aby nedocházelo k jejich kontaminaci. Též dbají na celkový vzhled trhu, kdy pečlivě vybírají místo prodeje, tak aby místo bylo vhodné pro pravidelné konání a zároveň napomáhalo klidné až rodinné atmosféře trhu (Čepelíková, 2013). Němci velmi podporují své farmáře a za doby koronavirové pandemie, svou poptávku po lokálních produktech ještě navýšili. Právě Bavorsko je nejvýznamnější spolkovou zemí Německa v zemědělství a má i vysoký podíl rodinných farem. Ty jsou většinou zaměřeny na chov skotu a produkci mléka. Zemědělství farmáři pěstují často plodiny právě pro chov mléčného skotu, ale samozřejmě se zde najdou i pěstitelé jiných plodin jako jsou obiloviny, chřest nebo chmel (Gorgoňová, 2013).

Některé řetězce supermarketů využili situace a oblíbenosti regionálních potravin u německých spotřebitelů a začali spolupracovat přímo s farmáři. Avšak cesta je to náročná, plná papírování a nátlaku obchodů na snížení výkupních cen, které mohou být pro farmáře kritické. Pro supermarkety nejsou moc výhodné malé dodávky od menších farem, které však nemohou poptávku supermarketů množstevně pokrýt. Avšak na druhou stranu by si české obchodní řetězce mohli vzít za vzor německé supermarkety, které tak umožňují farmářům odbyt jejich výrobků. Ale měly by brát ohledy na výkupní ceny farmářů. V Rakousku jsou s prodejem regionálních potravin v supermarketech zase o krok blíže než v Bavorsku. V rakouských obchodech jsou často vymezené celé regály pro prodej místních regionálních produktů. Rakouští spotřebitelé oproti českým upřednostňují původ, kdežto čeští spotřebitelé stále spíše hledí na cenu potravin. V době lockdownu rakouští farmáři nestíhali pokrýt poptávku po jejich produktech, která se skokem zvýšila. To však bylo dalším impulsem pro samotné farmáře, kteří začali využívat přímého prodeje nebo prodeje přes internet (Daňková, 2021). Došlo ke změnám i u nás, v ČR, ve spojitosti s regionálním zemědělstvím a Bavorskou spolkovou republikou. Například Bavorská mlékárna Goldsteig v Chamu odkupuje od roku 2019 mléko od jihočeských farmářů, které vykupuje Mlékárenské a hospodářské družstvo JIH. Od družstva zkupovala mléko i samotná Madeta, která momentálně má k dispozici menší množství mléka, jelikož družstvo dalo přednost firmě Goldsteig (Svoboda, 2019). Je tedy dosti možné, že i do budoucna by mohlo docházet k propojování a obchodování s Německem a Rakouskem v oblasti potravinářství. Otázkou však zůstává, zda by se mohlo stát realitou i propojování regionálního potravinářství s příhraničními oblastmi, a tak zároveň k podpoře místních výrobců a farmářů.

4.1 Farmáři, farmářské trhy a obchody

Za hranicemi České republiky na německé i rakouské straně najdeme farmáře, kteří většinou svou farmu drží po generace. Většinou jde o rodinné farmy s letitou tradicí, kde se vystřídal několik generací farmářů. Farmy se zabývají chovem skotu, koz, prasat, drůbeže na produkci, mléka, masa, vajec, rybí farmy, farmy zaměřené na pěstování zeleniny, ovoce, bylinek, výrobci džemů, marmelád, medu, pečiva, uzenin, mléčných výrobků. Velké množství z nich provozuje prodej z farmy a v poslední době velmi oblíbenou agroturistiku. Agroturistika je propojení odpočinku a relaxace se zemědělstvím na venkově, a to nejčastěji tak, že farmáři umožňují pobyt turistům na jejich farmě, často i s možností vyzkoušet si některou z denních činností farmáře či využít nějakou možnost zájmových aktivit na farmě. O to se snaží i české Ministerstvo zemědělství, které tak chce podpořit venkovské oblasti v jejich rozvoji. Proto i v ČR se konaly různé semináře a různé dotační podpory ve spolupráci se Svazem venkovské turistiky a agroturistiky (Ministerstvo zemědělství, 2009-2022a).

Jak už jsem zmiňovala i v Německu a Rakousku jsou farmářské trhy oblíbenou záležitostí. Na německé straně Šumavy, tedy v Bavorském lese, najdeme několik měst a obcí, kde se konají pravidelné trhy s regionálními potravinami. V Bodenmais a Drachselsriedu se konají jednou týdně vždy v pátek od 7 do 12 hodin, v Regenu a Zwieselu zase v sobotu též od 7 do 12 hodin a ve Viechtachu jsou dvakrát týdně, a to ve středu od 7 do 12 hodin a v sobotu od 8 do 12 hodin. Tyto trhy jsou umístěné na náměstí či návsi, tedy do center měst a obcí (Arberland, 2022). Další farmářské trhy v Bad Kötzingu každé úterý od 8 do 12.30 hodin, ve Freyungu též každé úterý od 7 do 12 hodin a jednou za měsíc v sobotu od 8 do 11 hodin jsou i v obci Zandt. Na rakouské straně je pak jeden z největších farmářských trhů v Linci, který je otevřen v úterý, pátek i sobotu (Verein ARGE Südbahnhofmarkt, 2022). Každý pátek najdeme trh i v obci Ottensheim.

I Rakousko a Německo má své specializované prodejny s regionálními potravinami. Je tomu jako v ČR, některé se přímo zaměřují na určitý druh potravin jako jsou pekařství, řeznictví apod. nebo se zaměřují například na zdravý životní styl či potraviny v bio kvalitě. Většina farmářských obchodů je situována ve městech, kde je silnější kupní síla. Sami farmáři mají mnohdy prodejny se svými produkty přímo na farmě.

4.2 Značky

I v Německu a Rakousku najdeme značky a označení potravin, které dbají na původ a kvalitu místních surovin a potravin. I Německo má své regionální produkty vymezené např. označením původu jako např. „norimberské klobásky“. Jsou však označení místa původu v názvu produktu, která pouze poukazují na historický původ potravin, ale nikoliv na jejich nynější původ a místo výroby. Na druhou stranu jsou právě označení na výrobku, které přímo odkazují na dané místo původu a jsou převážně užívané jako ochranné známky (Karpenstein & Werres, 2004).

Na bavorské straně Šumavy ve spolkové zemi Bavorsko je užívána značka Geprüfte Qualität – Bayern® (dále jen GQB), v češtině Zaručená kvalita – Bavorsko. Požadavky na splnění kritérií k certifikátu GQB jsou přísně hlídány státem i soukromými iniciativami. Pod touto značkou smí být pouze produkty vyrobené a zpracované na území Bavorska. Jen přísady přidávané např. do pečiva, uzenin, zavařenin apod. nemusejí mít původ z Bavorska. Jinak je tomu i u krůtího masa, jelikož není na území Bavorska líheň, jsou jednodenní krůty přepravovány z německých líhní do Bavorska, kde jsou následně krmeny a zpracovány. Maso musí být poraženo na jatkách v Bavorsku, ale existuje výjimka pro jatka v Ulmu, které jsou přímo u hranice s Bavorskem (Agentur für Lebensmittel Produkte aus Bayern, 2022b). Nositelé této značky s určitým podílem GQB surovin musí splnit i kritéria označení potravin. Značka musí poukazovat jen na suroviny této kvality, v seznamu složení výrobku musí být přísady GQB označeny hvězdičkou, aby nedošlo k chybnému označení celého výrobku nebo jiné přísady. Podíl těchto surovin by měl být nejméně 60 %. To vše je též kontrolováno Bavorským zemědělským státním ústavem (Agentur für Lebensmittel Produkte aus Bayern, 2022a).

Obr. č.5: Logo značky Geprüfte Qualität – Bayern®



Zdroj: Agentur für Lebensmittel Produkte aus Bayern (2022a)

I na rakouské straně najdeme značku, která je tedy určená pro výrobky celého Rakouska. Jmenuje se Österreichische Qualität® (dále jen ÖQ) a zaměřuje se především na kvalitu hotového produktu. Není zaměřena jen na potraviny a nápoje, nýbrž i na kosmetické produkty, nábytek, obuv, textil apod. Výrobky se vyznačují nadprůměrnou kvalitou, jsou poctivé, bezpečné a podporují rakouské hospodářství. Potraviny označené ÖQ musí být 100% produktem Rakouska. Pokud jde o zpracované potraviny, pak musí podíl rakouských surovin být min. 1/3 složení produktu, a to musí jít o suroviny a přísady, které nelze na území Rakouska vypěstovat či vyrobit (Österreichische Qualität, 2021).

Obr. č.6: Logo značky Österreichische Qualität®



Zdroj: Österreichische Qualität (2021)

5 Prodejní místa regionálních potravin

V této kapitole se zaměříme na místa prodeje regionálních potravin. Je jich velké množství a mezi spotřebiteli a prodejci jsou oblíbené, a pak i ty méně oblíbené. Na některých prodejních místech mezi sebou komunikují přímo farmáři a spotřebitelé, někde jsou prodejem pověřeni prodejci, kteří komunikují se spotřebiteli.

Regionální potraviny se jsou na trhu stále, avšak jejich popularitu ovlivňuje spousta faktorů. Jedním z faktorů, který ovlivnil prodej regionálních potravin byl nástup supermarketů na trh. Lidé mohli sehnat mnoho věcí na jednom prodejním místě díky širokému sortimentu. Dalším impulsem ke změně přístupu spotřebitelů byly mediální kauzy o nekvalitních potravinách v obchodních řetězcích. Spotřebitelé se začali opět více poohlížet po jiných možnostech nákupu potravin i po regionálních produktech. Docházelo tedy k určitému rozvoji alternativních potravinových cest. Zákazníci se začali více zajímat o specializované prodejny a vůbec o samotné potraviny. Opět tak vstoupily na výsluní prodejny jako jsou pekařství, řeznictví, zelinářství apod. (Spilková, 2016). Začal se tak postupně navracet i trend přímého prodeje jako farmářské trhy, přímý prodej z farmy nebo možnosti mobilních prodejen. Snaha o minimalizaci zprostředkovatelů prodeje, tak aby byl uskutečněn co nejvíce prodej mezi samotným výrobcem a spotřebitelem, byl velkou myšlenkou pro následující roky. Jak píše Venn a kol. (2006), spotřebitelé se začali obracet na cestu zájmu o kvalitnější potraviny a důležitým faktorem byl i samotný kontakt mezi výrobcem a spotřebitelem. Nemůžeme však očekávat úplné oproštění spotřebitelů od nákupu potravin v supermarketech. Lidé si zvykli na určitý komfort ve formě nabídky některých druhů ovoce a zeleniny, které najdeme v sortimentu supermarketů v jakoukoli roční dobu. Nemohou však počítat s tím, že by produkce byla česká. Proto i regionální potraviny jsou ovlivněny sezónností, kdy na pultech obchodů s regionálními potravinami nemůžeme čekat v zimě například okurky, rajčata, květák, papriky, švestky nebo meruňky. Ovoce a zelenina, která je možná vypěstovat v našich klimatických podmínkách, se objevuje v obchodech zhruba v polovině dubna. Prvními vlašťovkami regionálních zemědělců jsou ředkvičky a medvědí česnek. Poté následuje zelenina jako špenát, listové saláty, kedlubny, chřest, květák, brambory, cibule, česnek a sezónu u českých zemědělců ukončují v srpnu rajčata a papriky. Samozřejmě nesmíme opomíjet některé druhy ovoce a zeleniny, které jsou vhodné ke skladování a mohou je tak obchody nabízet daleko déle. Jedná se o jablka,

hrušky, mrkev, brambory, petržel, česnek nebo cibuli. Oproti tomu mléčné a masné výrobky jsou k dostání celoročně, kromě kozích mléčných výrobků a zvěřiny, které mají též svou sezónnost (Příhodová, 2012).

5.1 Farmářské trhy

V roce 2010 došlo k největšímu rozmachu farmářských trhů, který byl podporován i následujícími volbami. Farmářských trhů se účastnili především farmáři z blízkých lokalit. Poptávka po farmářských produktech byla tak velká, že ji farmáři nestíhali uspokojit. Největší nátlak byl z větších měst (EnviWeb, 2011). Potraviny jako vejce, masné výrobky, mléčné výrobky, ovoce a zelenina, zkrátka potraviny s malou trvanlivostí byly dováženy z menších vzdáleností od místa konání, kdežto trvanlivé potraviny se dovážely i z větších vzdáleností. O farmářské trhy jeví zájem především lidé z velkých a středních měst, kteří se začali zajímat o původ potravin a vyhledávali i specializované prodejny. Proč zrovna navštěvovali farmářské trhy lidé z velkých a středních měst? To je otázka, na kterou si můžeme odpovědět tak, že na menších městech či na venkově mají lidé větší možnosti zahrádek, kde si pěstují svou úrodu, chovají menší dobytek a jsou tak samostatnější. V centrech velkých městech tuto možnost lidé většinou nemají, pokud tedy nebereme v potaz komunitní zahrádky a zahrádkářské kolonie, které jsou většinou situovány na okrajové části, kde si lidé mohou vypěstovat svou zeleninu. Venkov a malá města se tedy stále z části spoléhají na samozásobitelství, a pokud vznikne přebytek úrody, putuje buďto rodině, známým nebo sousedům (Spilková a kol. 2016). I Syrovátková (2012), zmiňuje již v názvu článku otázku, zda si farmářské trhy udrží i nadále podporu měst. Když se podíváme na velká města, již teď víme, že si jejich podporu udržely i nadále. Ve větších městech farmářské trhy mají obraz tradiční akce, která je pravidelně konána. Městské obyvatelstvo si za dobu 10 let, po kterou je většina městských farmářských trhů konána, zvyklo na čerstvost regionálních produktů, kvalitu a též vyhledává i samotnou kulturu, která je na farmářských trzích zakořeněna. I sám pořadatel plzeňských farmářských trhů Tomáš Popp zmiňuje, že pokud se člověk rozhodne okusit kvalitnější potraviny, většinou už se k těm méně kvalitním nevrací (Syrovátková, 2012).

Na počátku rozvoje farmářských trhů došlo k několika kauzám, které byly v médiích často zmiňované. Šlo například o falešné prodejce, kteří skupovali zeleninu a ovoce v hypermarketech a vydávali je za svou produkci. Dnes jsou tyto falešní prodejci zatíženi

mnoha kontrolami, dodržováním podmínek daného trhu nebo kodexu, který byl zhotoven právě pro tyto účely. Avšak dříve to měli podvodní prodejci jednodušší, jelikož zpočátku sázeli na nevědomost spotřebitelů a jejich touhu po nákupu na farmářském trhu. Spotřebitelé totiž nebyli zvyklí přemýšlet nad tím co kupují, zda je možné to v našich podmínkách vypěstovat či zda je sezónní doba prodáváného druhu zeleniny či ovoce. Přitom na farmářském trhu je právě mnoho prostoru pro otázky od spotřebitelů na producenty, které těší, když se spotřebitel blíže zajímá o daný produkt. Bohužel zpočátku došlo k tomu, že byli odhaleni překupníci na farmářských trzích, a to poškodilo i pověst poctivých farmářů (Krbcová, 2011b). Ale nebyl tu problém pouze s falešnými prodejci nýbrž i s pořadateli. Někteří pořadatelé si totiž mysleli, že pořádat farmářské trhy není žádná věda, a tak je pořádali na nejrůznějších místech s vidinou rychle vydělaných peněz (Krbcová, 2013).

Po rozjezdu farmářských trhů se někteří farmáři navrátili ke svému řemeslu, většinou ti kteří ukončili svou činnost kvůli nedostatečnému odbytu. Právě to označuje Sedláček v článku pro časopis Regal (2012) jako své největší vítězství, a to udržení malých farem a zemědělců mnohdy s letitou zkušeností a tradicí na trhu. Za dobu konání farmářských trhů museli naučit spotřebitele zbavit se určitých mýtů jako například mýtu, že všichni přítomní prodejci jsou zároveň výrobci produktů nebo, že veškeré potraviny, které se na trhu prodávají jsou zároveň bio. Přitom někteří farmáři za sebe posílají své prodejce nebo se spojují s dalšími farmami ve stánku, tak aby mohli i po dobu trhu pracovat na farmě. Sám Sedláček říká, že by osobně odděloval prodejce od výrobců, protože farmář, který se stará o své hospodářství, a ještě k tomu se sám zúčastňuje trhů je dle něj pozitivněji vnímán a hodnocen od samotných spotřebitelů (Krbcová, 2011b). Další mýtus, který bylo třeba odstranit byl ten, že veškeré potraviny prodávané na trhu jsou zároveň v bio kvalitě. Jistě, že najdeme některé potraviny na trhu i v bio kvalitě, ale musíme být pozorní a sledovat označení a certifikace na stáncích či přímo na výrobcích. Ne všechny potraviny jsou bio kvality, i když kvalitní bezpochyby jsou. Potraviny jsou pečlivě prověřené samotnými výrobci a pořadateli, ale samozřejmě největším hodnotitelem je sám spotřebitel, jehož zpětná vazba je pro farmáře velmi důležitá (Regal, 2012).

Právě v článku Krbcová (2013) popisuje na co se zaměřit, abychom zjistili, zda jde o poctivý farmářský trh. Zmiňuje zde pravidelnost konání trhu, pokrytí základního sortimentu potravin, uvedení informací u jednotlivých stánků i komunikace s prodejci,

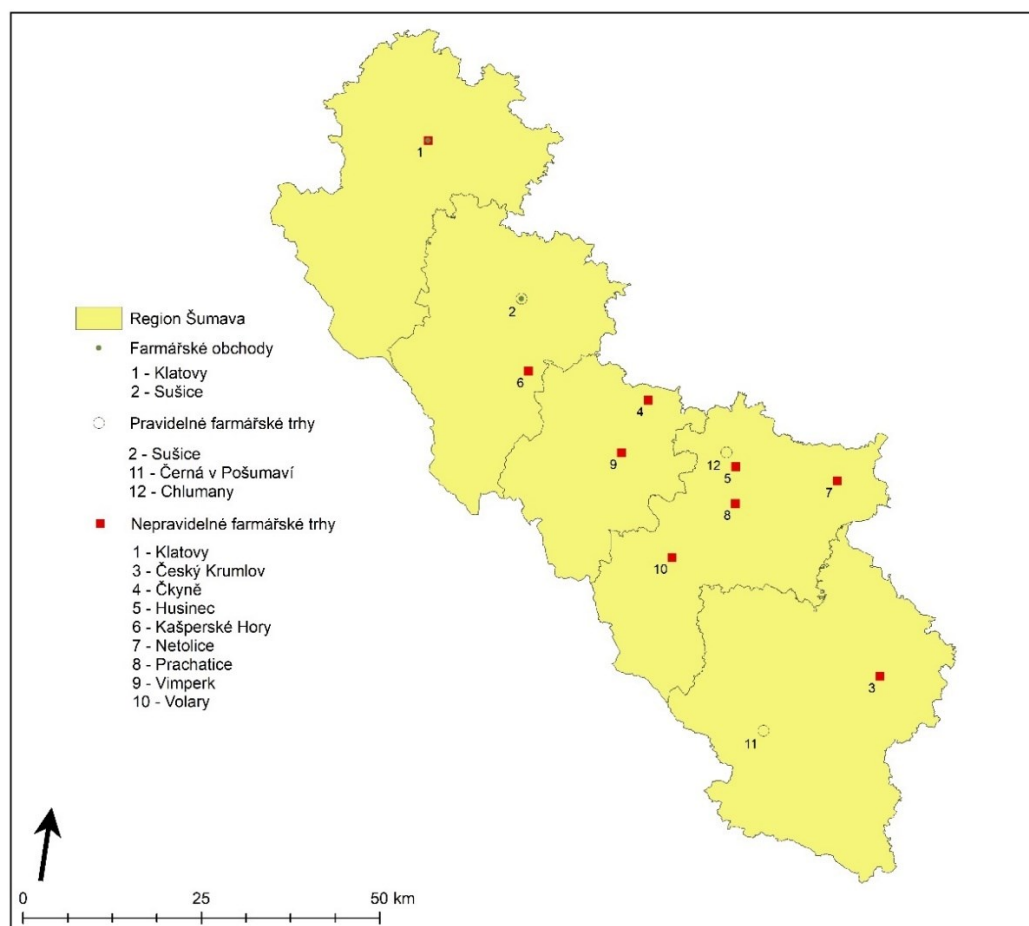
kdy na farmářských trzích nemají prodejci problém sdělovat informace o prodávaných potravinách, či vzhledová upravenost a úhlednost vystaveného sortimentu. Též je dobré koukat na místa odkud farmáři pocházejí, většinou je najdeme uvedené na internetových stránkách trhů nebo rovnou na prodejním stánku (Krbcová, 2013). Trh je totiž z hlavní části složen z regionálních farmářů a poté jej doplňují farmáři z okolních českých regionů. Samozřejmě rozhodnutí o účasti farmářů z jiných regionů či cizích zemí závisí na samotném pořadateli. Pořadatelé zahraniční produkci používají spíše jako doplňkovou. Najdou se však i prodejci, které nelze specifikovat jako tuzemské či zahraniční. Příkladem je rodinná firma Lozano prodávající na plzeňských farmářských trzích své vypěstované olivy, která má pěstitelskou farmu ve španělské Andalusii, avšak zpracování produktů probíhá v České republice (Příhodová, 2012). Ale zpět k tématu „dobrý farmářský trh“. Totiž i sama Asociace farmářských tržišť ČR stanovila, jak by měl správný farmářský trh vypadat: „Prodávané jídlo by mělo být z 90 % tuzemského původu a pocházet by mělo od malých a středních zemědělských podniků a zpracovatelů potravin. Přednost pak mají potraviny z ekologického zemědělství či oceněné produkty.“ (Krbcová, 2013).

Pro provoz farmářských trhů byl stanoven předpis tzv. kodex, který je však založen na jeho dobrovolném dodržování. Pokud jde však o farmářský trh konaný členem Asociace farmářských tržišť, je kodex povinný. Byl zhotoven hlavně pro spotřebitele, kteří se podle něj mohou lépe orientovat. Stanovuje, jaké produkty mohou být prodávány na farmářských trzích, dále kdo je může prodávat, jak se s produkty má nakládat, jak mají být označeny stánky nebo to, že prodejci musejí být převážně z České republiky a pouze tzv. doplňkový prodej smí být složen ze zahraničních prodejců (Vitalia.cz, 2009-2022). Prodej farmářských produktů je též řízen desaterem, které vydala Státní veterinární správa. Na jeho dodržování pak dohlíží Krajské veterinární správy, které provádí kontroly na prodejních místech. Desatero stanovuje, za jakých podmínek může být prodáváno maso z vlastního chovu, mléčné výrobky, vejce, ryby a další potraviny. Jsou stanovovány podmínky pro usmrcování zvířat, porcování masa, uchovávání potravin nebo hygienické podmínky při jejich prodeji a nakládání s nimi. Každá kategorie má takové podmínky stanovené zvlášť, to vše je možné prostudovat právě v desateru. (Státní veterinární správa, 2022).

Farmářské trhy se konají i v regionu Šumava. Některé pravidelně, některé pak příležitostně. Jako jednorázové akce jsou farmářské trhy konány ve městech a obcích Klatovy, Prachatice, Čkyně, Husinec, Vimperk, Volary, Netolice (obr. č.7). Dříve byly

pravidelně konány v Českém Krumlově a Kašperských horách. Některé z těchto trhů byly a jsou spojovány s dalšími trhy jako např. s řemeslnými trhy či velikonočními. Naopak pravidelně konané trhy jsou v Černé v Pošumaví, kde jsou každý den od 8 do 18 hodin od května do září a jsou hojně navštěvovány turisty. Každoroční akcí jsou i v Sušici, které jsou jednu sobotu v měsíci od května do října v době od 8 do 12 hodin. Každý rok jsou termíny trhů vypsány na webu města, kde jsou uvedené i kontakty na pověřené osoby konáním trhu (Městský úřad Sušice, 2022). Dalším pravidelným farmářským trhem je v obci Chlumany. Též se koná jednu sobotu v měsíci, převážně od května do října. Každý rok jsou vyvěšeny přihlášky, přes které se mohou na trh přihlásit prodejci. V přihláškách jsou vypsány přesné termíny trhů (Obec Chlumany, 2022).

Obr. č.7: Mapa farmářských trhů a obchodů v regionu Šumava



Zdroj: ArcČR, ARCDATA PRAHA, Zeměměřičský úřad & Český statistický úřad (2016), zpracováno autorkou

5.2 Farmářské obchody

Koncem roku 2010 došlo i k nárůstu počtu farmářských obchodů, další formy alternativních potravinových sítí, které mají jednu výhodu oproti farmářským trhům a to takovou, že zajišťují odbyt farmářských produktů po celý rok. Proto se rozmohly farmářské prodejny, které mohou být v provozu celoročně, jelikož nejsou vázány na venkovní prostředí, kde se farmářské trhy konají (Syrůvková, 2012). Avšak dochází zde opět k nástupu prostředníka na trh, jelikož farmářské obchody většinou nevlastní samotní farmáři. Je zde ale i tak příjemné prostředí pro nákup, jelikož i samotné prodavačky mají bližší vztah k zákazníkům, a to hlavně k těm, kteří chodí do farmářského obchodu nakupovat pravidelně (Spilková a kol., 2016). S přibývajícím oblíbeností farmářských prodejen, došlo ke změně přemýšlení i u velkých obchodních řetězců, které začaly přemýšlet o doplnění sortimentu o kvalitní regionální potraviny. Proto některé řetězce v návaznosti na tyto skutečnosti, začali umisťovat do svých prodejen menší regály s lokálními produkty a po určité se někteří rozhodli vytvářet celé sekce a oddělení zdravých kvalitních doplněných například ještě o bioprodukty nebo zahraniční fair trade výrobky (Česká tisková kancelář, 2013).

Většina farmářských prodejen je lokalizována do měst, kde je klientela silnější. V roce 2013 nastala změna co se týče farmářských trhů a farmářských obchodů. Počet farmářských trhů dále nerostl, naopak spíše stagnoval na rozdíl od farmářských obchodů, které zažívaly velkého rozmachu a jejich počet se začal zvyšovat. Ale nemysleme to tak, že zároveň nastal odliv zákazníků. Zákazníci stále chodili na oblíbené farmářské trhy, a naopak další jejich obdivovatelé přibývali, jelikož si jich předchozí roky nevšimli nebo stále odkládali jejich návštěvu. Právě zákazníci farmářských trhů začali postupně po skončení sezóny trhů objevovat možnosti farmářských obchodů. Farmářské obchody, nabízejí sortiment po celý rok, i když v zimních měsících jsou o některé produkty ochuzeni z důvodu jejich sezónnosti jako jsou například výrobky z kozího mléka nebo zelenina a ovoce, které nejsou vhodné ke skladování (Syrůvková, 2012). Někteří si pro běžné nákupy jako je koupě pečiva, uzenin, sýrů, oblíbili právě farmářské obchody, které mohou navštěvovat téměř denně. V sezóně to oblíbenci regionálních potravin kombinují tak, že většinou v pracovních dnech navštěvují farmářské obchody a o víkendech farmářské trhy, kde si nakoupí větší množství potravin jako i zeleninu a ovoce (Česká tisková kancelář, 2013). Nemůžeme tedy říci, že by si farmářské trhy s prodejny konkurovaly.

Některé obchody s regionálními potravinami totiž fungují na principu franchisingu, tedy tak, že si člověk může od majitele franchisy odkoupit licenci a práva. Obchody je vybaveny ve stejném stylu, tak aby měly ve všech koutech ČR stejný vzhled a bylo jasné o jakou společnost se jedná. Většinou se i prodávané výrobky shodují, jelikož je stanoven určitý seznam dodavatelů, které vedení společnosti schválilo, a od nichž se výrobky poté odebírají. Pokud jde už o společnost s určitou tradicí, pro začínajícího podnikatele je to v jádru bezpečná investice. Jelikož jen rozšiřuje fungující společnost, na vybavení obchodu apod. se podílí společnost a na něm samotném už je jen to, najít oblast, kde podnik bude prosperovat a samozřejmě zajistit prostory. Franchisou v tomto oboru je společnost Sklizeno, ke které se v roce 2016 připojila společnost Náš Grunt (Náš GRUNT, s.r.o., 2009-2022).

V regionu Šumava najdeme několik farmářských prodejen (obr. č.7). Farmářský obchod Šumava produkt s.r.o. v Sušici vede majitel Farmy Zelený, který je též hlavním dodavatelem regionálních produktů do tohoto obchodu. Prodává zde své hovězí, vepřové i kuřecí maso a též uzeniny ze své farmy. Dále spolupracuje s několika dodavateli z okolí, kteří dodávají mléčné, masné, pekařské výrobky, vejce, ovoce, zeleninu a výrobky z nich, mošty, piva a další výrobky. Jelikož jde o čerstvé potraviny, jejich dodávky zboží jsou časté a pravidelné, např. maso dováží v úterý, mléčné výrobky ve středu a zeleninu ve čtvrtek. Vždy je to uzpůsobené a domluvené podle možností jednotlivých farmářů, tak aby byl uspokojen jejich odbyt a zároveň byli spokojeni i samotní spotřebitelé. Tento obchod je propojený s e-shopem Regionální speciality, je tedy dost možné, že dodavatelé pro e-shop se mohou shodovat s dodavateli pro farmářský obchod (Wirelessinfo.cz, 2022b). Farmářský obchod s.r.o. najdeme v Plzni, ale i v Klatovech, který vede i svůj e-shop. Ten se sice specializuje na produkty od českých farmářů, ale co se týče regionálních farmářů má tento obchod dodavatele spíše z celé ČR. Z regionu Šumava bychom našli v jejich seznamu dodavatelů pouhých šest jmen, a to Minimlékárnu JOMA, paní Marcelu Javorskou, Pekařství Rendl, Farmu Zelený, Klatovské rybářství a Mlýn Podhora – Josef Krůs a syn. Z celkových 76 jmen dodavatelů, které je možné najít na jejich e-shopu je pouze 6 z regionu Šumava. Pro Farmářský obchod s.r.o. v Klatovech by tak znamenalo, že regionální potraviny jsou zastoupeny zhruba 8 % z celkového objemu (Farmářský obchod, 2021).

5.3 Další možnosti prodeje regionálních potravin

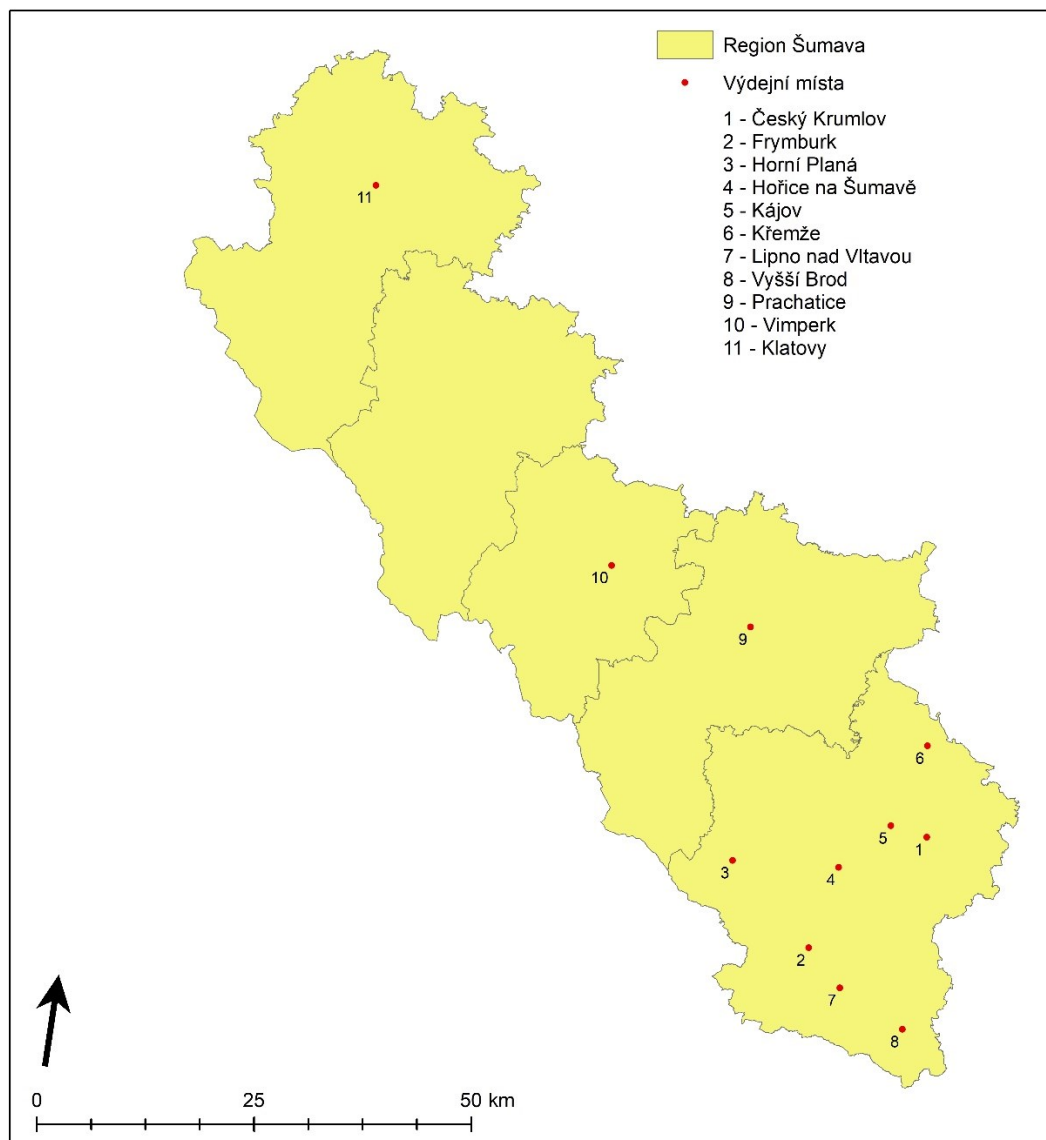
Na počátku rozvoje farmářských trhů, v zimním období, došlo i na rozvoj pojízdných prodejen, farmářských prodejen nebo samotného prodeje z farmy (EnviWeb, 2012). Některé farmy vlastní své pojízdné prodejny, se kterými dojíždějí do různých měst nebo je využívají jako prodejní stánky na farmářských trzích. Například ZEFA Volary prodává díky své pojízdné prodejně ve městech v regionu Šumavy – Horní Planá, Český Krumlov, Prachatice, Vimperk. I v dalších městech mimo region Šumavy jako jsou České Budějovice, Bavorov, Vodňany nebo Strakonice (ZEFA Volary, 2021). Pojízdné prodejny mají i farmáři Minimlékárna JOMA a Farma Zelený, kteří ji využívají též jako prodejní stánek například na plzeňských farmářských trzích. Většinou farmáři používají pojízdné prodejny pro masné a mléčné výrobky z toho důvodu, že zde mohou mít vytvořené chladicí zařízení pro své produkty, které je velmi důležité pro jejich uchování. Je tak možné převést jejich výrobky i na větší vzdálenosti mimo svůj region. Za určitých podmínek bychom mohli nazvat „bedýnkami“ i dárkové koše a krabice, které e-shopy nabízejí většinou již sestavené od svých dodavatelů. Zde však většinou jsou taková dárková balení tvořena produkty jednoho výrobce. Farmářský obchod® v Plzni a Klatovech například má možnost objednání dárkového koše, který sestavuje z produktů od několika dodavatelů, kde si zákazník může říci, co si přeje v dárkovém koši mít, jaké druhy potravin či od jakých dodavatelů.

Další možností je bedýnkový prodej, který dle mého názoru není v České republice dost zastoupený nebo není dostatečně propagovaný. Přišel k nám ze západní Evropy, konkrétněji ze Švýcarska a Německa. V těchto zemích je to velmi oblíbený způsob získávání kvalitních regionálních potravin, kde zákazník v bedýnce najde směs regionálních potravin od farmářů z blízkého okolí. U nás došlo k největšímu rozmachu bedýnkového prodeje ruku v ruce s rozmachem farmářských trhů, které sloužily jako výdejní místa (Spilková a kol., 2016). Můžeme říci, že způsob bedýnkového prodeje využívají některé farmářské obchody a e-shopy, které nabízejí ve svém sortimentu bedýnky tvořené sezónním ovocem a zeleninou, která se může skládat od několika farmářů. Většinou však jde právě o ovoce a zeleninu, která se tímto způsobem prodává.

E-shop Regionální speciality je zaměřen především na obyvatele šumavského regionu, tak aby jim mohl nabídnout regionální potraviny od šumavských farmářů. Nabízí i možnost rozvozu zatím pouze v Plzeňském kraji, konkrétněji SO ORP Klatovy, Sušice a Horažďovice. Postupem času by chtěli svou rozvozkovou oblast rozšířit. Tento e-shop spadá do projektu, který je podporován Evropskou unií (Wirelessinfo.cz, 2022c). Mezi dodavatele regionálních produktů patří Farma Zelený Šumava (hovězí, vepřové a kuřecí maso a uzeniny z nich), Marcela Javorská (šumavské medové pečivo), Minimlékárna JOMA (tvaroh, jogurty, mléko), Mlýn Podhora Josef Krůs a syn (zelenina), Od Štěpána (uzeniny, paštiky a další masné výrobky, džemy), Pekařství Rendl (běžné a sladké pečivo), Pivovar u Švelchů, Pluma (pražená káva), Rodinná biosýrárna Melcher (máslo, sýry), Rodinná farma Vlčí Jámy Hošna L. a synové (tvaroh, jogurty, sýry), Šumavěnka UG (limonáda), Šumavská mlékárna (sýry, jogurty, mléko, tvaroh), Šumavská skleněnka, Šumavská zvěřina Petrovice (jelení, srnčí, dančí, kančí maso) Vejce ze Šumavy a Zpracovna ryb Klatovy (čerstvé a uzené ryby). Z celkového počtu dodavatelů tvoří regionální producenti 47 %, což je daleko více než u e-shopu Farmářského obchodu s.r.o. Klatovy (Wirelessinfo.cz, 2022a).

Dalšími e-shopy zabývajícími se prodejem regionálních potravin jsou Scuk.cz. Hlavním cílem Scuk.cz je zjednodušit a umožnit dostupnost regionálních potravin široké sortě lidí. A jak vidno, daří se jim to, jelikož od roku 2017 udělali obrovský skok a jejich počty objednávek strmě rostou. Pomohla tomu i pandemie Covidu 19, kdy spotřebitelé převážně z měst začali více využívat služeb e-shopů s potravinami (Scuk.cz, 2022b). Scuk.cz tak začal vyhledávat i další místa určené pro odběr objednávek, aby rozšířil své pole působnosti. Z regionu Šumava najdeme na seznamu výdejních míst Český Krumlov, Lipno nad Vltavou, Frymburk, Vyšší Brod, Kájov, Křemže, Hořice na Šumavě, Horní Planá, Prachatice, Vimperk, Klatovy (Scuk.cz, 2022a). Výdejních míst má Scuk.cz nejvíce v SO ORP Český Krumlov, naopak zcela chybí v SO ORP Sušice (obr. č.8). Podpora farmářů je tak jasná. Snaží se hlavně podporovat malé a střední výrobce a zároveň podporují regionální ekonomiky a udržitelnost. Scuk.cz se jim se snaží nabídnout výhodné podmínky, a to i tím, že umožňuje dodavatelům určit si prodejní cenu. Díky výdejním místům, kde se často setkávají lidé z okolí, utužují i sousedské vztahy. Z regionálních farmářů Šumavy najdeme na Scuku Pekárnu Liška, Vejce ze Šumavy, Solana Nin a Naše sirupy (Scuk.cz, 2022c).

Obr. č.8: Mapa výdejních míst Scuk.cz v regionu Šumava

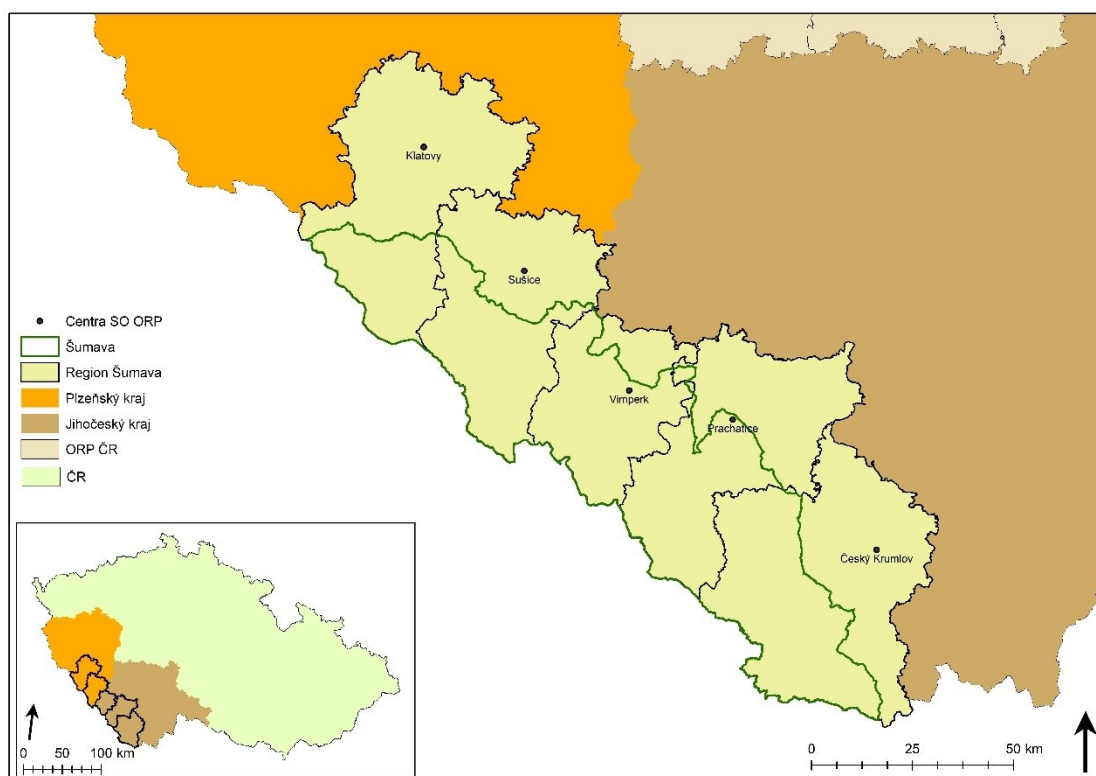


Zdroj: ArcČR, ARCDATA PRAHA, Zeměměřičský úřad & Český statistický úřad (2016), zpracováno autorkou

6 Geografická charakteristika regionu Šumava

Region Šumava jsem si vymezila podle pohoří Šumavy, ale dále jej člením dle SO ORP Klatovy, Sušice, Vimperk, Prachatice a Český Krumlov (obr. č.9). Učinila jsem tak kvůli horskému charakteru Šumavy, kde jsou lokalizovány pastviny pro dobytek, avšak ty najdeme i v podhůří Šumavy. Jelikož vytyčený region zahrnuje jak podhůří, tak horské oblasti, budeme charakterizovat jak Šumavskou hornatinu, tak Šumavské podhůří. Tato kapitola postupně charakterizuje region Šumavy a jeho geologickou, pedologickou, hydrologickou a klimatickou část.

Obr. č.9: Mapa vymezeného regionu Šumava dle jednotlivých SO ORP



Zdroj: ArcČR, ARCDATA PRAHA, Zeměměřičský úřad & Český statistický úřad (2016), zpracováno autorkou

6.1 Geologie

Pohoří Šumavy je jedno z nejstarších pohoří střední Evropy. Vymezený region Šumava je tvořen z části Šumavským podhůřím a Šumavskou hornatinou. Šumava se ční od 700 m n. m. do 1 378 m n. m. na české straně (Národní park Šumava, 2008-2022c). Šumava je součástí Českého masivu, který tvoří ještě menší celky. Český masiv vznikl variským vrásněním, též známé jako hercynské, v období prvohor v době od devonu až po karbon. Menší geologické celky se pak nazývají moldanubikum a moldanubický pluton. Právě moldanubickou oblast tvoří metamorfované horniny jako biotity, amfibolické ruly nebo migmatity. Moldanubický pluton je tvořen hlubinnými vyvřelými horninami, převážně granity (Vysoká škola báňská, 2022). Žulové (granitové) masivy jako prášilský, plešný, vyšebrodský a masiv Vydry jsou části, které tvoří moldanubický pluton. Z období čtvrtohor jsou pak rašeliniště či pod místním názvem zvané slatě. Dále se ve čtvrtohorách formovala krajina díky působení horských ledovců, které tak vytvořily mnoha vrcholů i údolí. Právě nejvyšší hora Šumavy Plechý byla vytvořena působením ledovce (Národní park Šumava, 2008-2022c). Její severovýchodní strana je známkou ústupu ledovce, který vytvořil jezerní stěnu a v úpatí ledovcové jezero, které známe jako Plešné. Samozřejmě nejde pouze o Plešné jezero, jsou i další ledovcová jezera, kterým se budeme věnovat v další kapitole zaměřené na hydrologii. Působením ledovce vznikla i Jezerní hora, která se nachází mezi Čertovo a Černým jezerem.

6.2 Pedologie

Šumavská hornatina je horského charakteru, kde z půd převažují hlavně kambizemě. Kambizemě jsou půdním krytem spíše nižších poloh, zhruba do 800 m n. m. Využívány jsou jako orné půdy, díky nižšímu obsahu humusu, a tudíž jejich úrodnosti (Mendelova univerzita v Brně, 2022a). Dalším typem půd jsou kryptopodzoly, většinou v partiích od 800 do 1 200 m n.m. a v nejvyšších polohách Šumavy nad 1 200 m n. m. pak podzoly. Kryptopodzoly jsou oproti kambizemím méně úrodné, a proto se na nich vyskytuje lesní nebo trvale travnatý porost. Což tedy značí, že i na Šumavě jsou na tomto typu půdy lesní porosty nebo louky sloužící i jako pastviny pro dobytek (Mendelova univerzita v Brně, 2022b). V oblastech s častou stagnací povrchové vody jsou půdy jako pseudogleje, gleje nebo fluvizemě. V místech rašelinišť a slatí, se setkáváme spíše s organozeměmi (Národní park Šumava, 2008-2022c).

Na Šumavě najdeme oblasti, které byly v minulosti intenzivněji využívány, a tak se z lesních ploch staly bezlesé, které jsou dnes využívány jako pastviny, louky nebo ovocné sady. Takovýmto nezalesněným územím se říká druhotné bezlesí, které je velmi důležitou složkou šumavské biodiverzity. Některé louky a pastviny se pyšní výskytem vzácných druhů rostlin a živočichů a též přispívají k malebnosti celkového rázu Šumavy. Tato místa jsou šetrně udržována a na jejich péči se podílí i samo Ministerstvo životního prostředí, které je podporuje různými dotačními programy. V péči o bezlesí pomáhají i samotní místní farmáři, kteří značnou část využívají k zemědělství. (Národní park Šumava, 2008-2022b). Bezlesé plochy byly tradičně využívány pro zemědělské účely již před 350 lety. Obhospodařovali je místní sedláci a pastviny se kosily ručně. Čím více postupovala civilizace do horských oblastí, tím častěji docházelo k odlesňování. Šumava si však stále zachovává svou tvář, kterou tvoří velké množství malých sídel a samot, kde mnohdy probíhá zemědělská činnost. Tedy i v horské části Šumavy můžeme najít zemědělsky obdělávanou půdu s četně rozptýlenými obydlími (Valtr, 2012).

6.3 Hydrologie

Hydrologicky je Šumava specifická. Většina území totiž patří k úmoří Severního moře, jehož hlavními toky na území regionu Šumavy jsou Vltava a Otava. Malá část Šumavy pak spadá do úmoří Černého moře, do kterého je voda odváděna tokem Dunaje (Národní park Šumava, 2008-2022c). V období čtvrtohor působila na krajinu Šumavy síla ustupujícího ledovce, který ji přetvářel. Vznikla tak známá šumavská jezera ledovcového původu. Většinou jsou spjata i s okolními vrcholy, které byly nedílnou součástí jejich vzniku. Plešné jezero pod nejvyšším vrcholem Šumavy jsme již zmiňovali. Dalšími jezery jsou Černé a Čertovo, které mají též karové (jezerní) stěny, které dokazují sílu ledovce, který ustupoval do údolí. Tato dvě jezera jsou největšími a zároveň nejhlubšími šumavskými jezery. Naopak nejmenším jezerem je jezero Laka, které je zároveň nejmenší a nejvýše položené, leží totiž v nadmořské výšce 1 096 m n. m. (Národní park Šumava, 2008-2022a). S přetvářením krajiny stále pokračují i šumavské toky jako Vydra a Křemelná, které mají hluboce zaříznutá koryta. Tok Vydry počíná v obci Modrava, kde je tvořen soutokem Roklanského a Modravského potoka. Pro usnadnění těžební činnosti v oblasti lesního hospodářství byly vybudovány umělé kanály – Vchynicko-tetovský plavební kanál a Schwarzenberský kanál. Schwarzenberský kanál vznikl na konci 18. století a jeho hlavním využitím bylo překonání rozvodí Labe a Dunaje za účelem

dopravení dřeva do Vídně. Kanál byl v provozu 170 let (Vojenské lesy a statky ČR, s.p., 2022). Vchynicko-tetovský plavební kanál vznikl z důvodu dopravení dřeva do hlavního města na přelomu 18. a 19. století. Tohoto projektu se ujal inženýr, který měl na svém kontě již vystavěný Schwarzenberský kanál. Provoz Vchynicko-tetovského kanálu byl ukončen v druhé polovině 20. století (Národní památkový ústav, 2015). Dnes je kanál využíván pro potřeby vodní elektrárny na Čeňkově Pile. Pro zbudování malých vodních elektráren na tocích Losenice, Teplé a Studené Vltavy byly též zhotoveny umělé kanály pro jejich potřebu (Národní park Šumava, 2008-2022c).

6.4 Klima

Přechodné středoevropské, to je typ klima, které je v regionu Šumavy. Šumavská hornatina je oblastí s chladným klima, oproti tomu Šumavské podhůří, které je níže položené je oblastí mírně teplého klima. Jelikož se jedná o přechodné klima, jedná se tedy o rozhraní mezi pevninským a oceánským klimatem. Teplotní rozdíly tak nejsou nějak markantní Dle Köppenovy klasifikace podnebí spadá Šumava, jako většina území ČR, do kategorie Dfb, která je charakterizována jako mírně studené podnebí s rovnoměrným rozložením srážek během roku a s teplým létem (Observatoře.cz, 2022). Průměrné roční teplota v nižších polohách je 6°C, ve vyšších polohách o 3 stupně méně. Nejchladnějším místem je Jezerní slat' mezi obcemi Kvilda a Horská Kvilda, kde v lednu v roce 1987 naměřili rekordních – 41,6°C. Vítr zde proudí západní či jihozápadní. Roční úhrn srážek se pohybuje od 800 do 900 mm, naměřené maximum na Šumavě na Březníku bylo 1 600 mm. Sníh se na Šumavě drží 120 až 150 dní v roce, roční úhrn sněhu je pak od 40 do 150 cm (Národní park Šumava, 2008-2022c).

6.5 Socioekonomická charakteristika

Podíváme se na region Šumavy i z hlediska socioekonomického. V tabulce č.1 jsou porovnány některé podstatné ukazatele za jednotlivá SO ORP. Hustota zalidnění celého území je velmi nízká. Z hlediska počtu obyvatel je největší SO ORP Klatovy, má též největší hustotu zalidnění a spolu s SO ORP Prachatice má největší počet obcí. Na Prachaticku jsou však obce podle počtu obyvatel o třetinu menší. Z celkového počtu obyvatel je však 63,5 % v produktivním věku na území regionu, z nich nejvíce jich je v SO ORP Prachatice. Obyvatel v postproduktivním věku je nejvíce v SO ORP Sušice, a naopak v předproduktivním věku je jich nejvíce v SO ORP Český Krumlov. Největší mechanický přírůstek byl také zaznamenán v západní části regionu, především v SO ORP Klatovy. Naopak největší mechanický úbytek byl v SO ORP Český Krumlov. Co se týče přirozeného přírůstku nebo úbytku, v potaz ho autorka nebrala kvůli probíhající pandemii Covid 19, která ovlivňovala počet zemřelých v roce 2020.

Díky zranitelnosti menších farem by mohlo dojít k opouštění půdy a následnému vylidňování oblastí. Proč? Protože, když velké potravinové podniky budou ovlivňovat kroky malých farmářů, tak že budou stlačovat ceny, což je obrovská překážka pro malé soukromníky. Neměly by tak malé farmy jinou možnost, než skončit nebo se přemístit do jiného regionu a docházelo by k úbytku obyvatel (Berti & Mulligan, 2016). Přitom zrovna o malých farmářích se říká, že to jsou správci krajiny. Často jsou propojení s regionální identitou, kterou tvoří zdejší příroda, zvyky a tradice (Delín & Pospěch, 2016).

Tab. č.1: Vybrané ukazatele pro jednotlivé SO ORP za rok 2020

Kraj	Plzeňský		Jihočeský		
SO ORP	Klatovy	Sušice	Český Krumlov	Prachatice	Vimperk
Počet obcí	44	30	32	44	21
Celkový počet obyvatel	50 690	24 038	41 447	33 307	17 472
Průměrná velikost obce dle počtu obyvatel	1 152	801	1 295	757	832
Počet obyvatel 0 – 14 let	7 685	3 468	6 884	5 233	2 683
Počet obyvatel 15 – 64 let	32 071	14 960	26 438	21 469	11 140
Počet obyvatel 65 a více let	10 934	5 610	8 125	6 605	3 649
Přistěhovalí	789	384	590	540	336
Vystěhovalí	693	342	771	561	313
Mechanický přírůstek/úbytek	96	42	-181	-21	23
Hustota zalidnění (osoby/km ²)	55,9	30,8	36,7	39,6	32,6

Zdroj: Český statistický úřad (2022, 2021b-f), zpracováno autorkou

V celém regionu tvoří zemědělská půda pouze 37,9 % rozlohy, zatímco v celé ČR je tento podíl 44,7 % (Český statistický úřad, 2021g). Nejvíce je zemědělská půda zastoupena v SO ORP Klatovy (50,6 %), nejméně pak v SO ORP Vimperk (tab. č.2).

Již historicky bylo území zemědělsky využíváno. Například pro pastviny, na kterých se choval skot, který díky místním podmínkám byl velmi odolný a silný. Ten sloužila k záprahu jako pracovní dobytek, ale byl vhodný i na maso, mléko nebo kůži. Ze zemědělských plodin se většinou pěstoval oves, žito, brambory, a po menším množství luštěniny, len, tuřín a zelí. Mezi zemědělci se používal trojhonný osevní systém, aby půda neztrácela na živinách a dokázala se rychleji regenerovat. Dříve však byly zemědělské usedlosti soběstačné, dnes tomu už není (Valtr, 2012).

Tab. č.2: Zemědělská půda a její ukazatelé pro jednotlivá SO ORP v roce 2020

Kraj	Plzeňský		Jihočeský		
	Klatovy	Sušice	Český Krumlov	Prachatice	Vimperk
Výměra v ha	90 615	78 067	112 903	84 135	53 540
z toho zemědělská půda v ha	45 829	26 856	36 623	33 544	15 891
Procentuální podíl zemědělské půdy	50,6	34,4	32,4	39,9	29,7

Zdroj: Český statistický úřad (2021b-f), zpracováno autorkou

V celém regionu je evidováno celkem 34 353 fyzických osob, z toho fyzických osob zabývajících se zemědělskou činností 1 976 (tab. č.3), což činí 5,7 % z celkového počtu fyzických osob v regionu. Jak vidíme, nejvíce jich je v SO ORP Klatovy, a naopak nejméně v SO ORP Vimperk. Pokud bychom to vzali v procentuálním zastoupení dle počtu obyvatel (tab. č.1) dostaneme se u SO ORP Klatovy na hodnotu 1,08 % a u SO ORP Vimperk na hodnotu 1,4 %. V souvislosti s celkovým počtem obyvatel v území je na tom Vimperk lépe. Pokud vezmeme celé odvětví zemědělství, lesnictví a rybářství a jeho procentuální podíl na veškerých ekonomických subjektech v daném SO ORP je tomu tak, že nejvyšší podíl je v SO ORP Sušice, nejméně pak v SO ORP Český Krumlov.

Tab. č.3: Ekonomické subjekty se sídlem v jednotlivých SO ORP za rok 2020

Kraj	Plzeňský		Jihočeský		
	Klatovy	Sušice	Český Krumlov	Prachatice	Vimperk
Fyzické osoby	9 858	4 984	8 864	6 845	3 802
z toho zemědělství podnikatelé	549	393	306	482	246
Procentuální podíl ekonomických subjektů v odvětví zemědělství, lesnictví a rybářství	10,8	15,9	7,7	13,3	12,0

Zdroj: Český statistický úřad (2021b-f), zpracováno autorkou

Nejvíce samostatně podnikajících osob je v SO ORP Klatovy. Mikropodniků je nejvíce v SO ORP Český Krumlov. Malých podniků napočítáme nejvíce v SO ORP Klatovy a středních podniků též. Nejnižší hodnoty za všechny ekonomické subjekty vidíme v SO ORP Prachatice (tab. č.4).

Tab. č.4: Počet ekonomických subjektů dle počtu zaměstnanců v jednotlivých SO ORP za rok 2020

Kraj	Plzeňský		Jihočeský		
SO ORP	Klatovy	Sušice	Český Krumlov	Prachatice	Vimperk
Bez zaměstnanců	3 951	2 137	3 582	2 943	1 627
Mikropodniky	774	380	785	618	297
Malé podniky	160	78	143	127	56
Střední podniky	53	18	29	28	18

Pozn.: Mikropodniky mají 1-9 zaměstnanců, malé podniky 10-49 zaměstnanců a střední podniky 50-249 zaměstnanců.

Zdroj: Český statistický úřad (2021b-f), zpracováno autorkou

7 Metodika

Praktická část práce se nejprve zabývá informacemi zjištěnými z internetových stránek příslušných farmářů z regionu Šumava a z literárních zdrojů. Dále se zaměřujeme na značky a certifikace regionálních potravin v regionu Šumava, konkrétně kteří farmáři jsou jejich držitelem a které výrobky jsou právě ty oceněné. Důležitou součástí prodeje jsou prodejní místa, které zjišťujeme dále, především se zaměřením na farmářské trhy, farmářské obchody a poté na ostatní způsoby, kterými jsou e-shopy, bedýnkový prodej nebo pojízdné prodejny.

Stěžejní pro praktickou část je hlavně dotazníkové šetření probíhající mezi oslovenými farmáři online formou. Celkově je osloveno zhruba 100 regionálních výrobců, které jsme oslovili s prosbou o vyplnění online dotazníku. Odkaz na dotazník byl poslaný respondentům na jejich e-mailové adresy. Dotazník je vyhotoven v aplikaci Google Formuláře a obsahuje 11 otázek, v některých je možné označit více odpovědí v některých pouze jednu. Celý dotazník nalezneme v příloze D. První otázka se vztahuje k jejich jménu, názvu farmy či podniku a jejich lokalizaci. Tato otázka slouží hlavně k orientaci v došlých vyplněných dotaznících a připojení dalších na internetových stránkách získaných informací ke konkrétnímu farmáři. Druhá otázka se zaměřuje na stěžejní produkty, tak jak je vnímají samotní farmáři. Tedy pro jejich produkci nejdůležitější produkty. Třetí otázka směřuje na možnosti prodeje, zde je možné odpovědět volně více možnostmi. Farmáři tak mohou označit všechny možnosti prodeje, které využívají k distribuci svých výrobků. Čtvrtá otázka se zabývá vzdáleností mezi místem výroby a místem prodeje. Zde vybírají respondenti pouze jednu odpověď, a to maximální vzdálenost dovozu potravin. Pátá otázka se ptá, jakou část svých výrobků prodá producent přímo v regionu Šumava, s tím, že vymezený region Šumavy je definován dle SO ORP. K této otázce opět respondenti mohou vybrat pouze jednu odpověď. Další, šestá otázka je otevřená. Ptáme se na jejich měsíční produkci v měrných jednotkách a respondenti tedy napíší svou odpověď do kolonky. Sedmá otázka se ptá na certifikace, tedy zda je producent držitelem certifikací či značek nebo ne. Pokud respondent odpoví ano, vybere, kterou z uvedených značek či certifikací má nebo ji sám doplní. Osmá otázka navazuje na předchozí, sedmou otázkou a je dobrovolná. Pokud jsou držiteli certifikace, mohou odpovědět, zda pocítují nějakou změnu v prodeji či zájmu o jejich výrobky z důvodů udělení označení či certifikace.

Protože Šumava je významnou turistickou oblastí, zaměřujeme se v deváté otázce také na zájem o výrobky ze strany tuzemských a zahraničních turistů. Desátá otázka pak pomůže určit velikost farmy či podniku podle počtu zaměstnanců. A poslední, jedenáctou otázkou chceme určit původ surovin, tedy zda výrobci používají suroviny z regionu, české či zahraniční. Celkové zhodnocení dotazníkového šetření je uvedeno v praktické části a v závěru odpovíme na stanovené cíle a potvrdíme či vyvrátíme zmíněné hypotézy.

8 Výsledky

8.1 Regionální potraviny v regionu Šumava

Vnímání regionálních potravin může být různé. Někteří budou více dbát na suroviny z regionu, někteří na místo původu a jejich výrobu, další na tradiční regionální receptury. To vše je možné vidět v pojmu „regionální potravina“. Šumava má své určité výrobky, které jinde nenajdeme, ale to, co tvoří potraviny regionálními jsou hlavně samotní farmáři, kteří si hledí svého poslání a často tvoří potraviny tak, jak to dělávali předešlé generace. A tak udržují při životě potraviny, na kterých bychom si dnes bez nich nemohli pochutnávat. Nejčastějšími značkami v regionu Šumava jsou značky Regionální potravina®, Šumava originální produkt® a Chutná hezky. Jihočesky®, z nichž první zmíněnou značkou byly ohodnoceny výrobky od 20 producentů z regionu Šumava a zbylými dvěma značkami byly ohodnoceny produkty 19 producentů. Jejich jména, konkrétní produkty a další informace najdeme v přílohách A – C.

Můžeme tedy říci, že v regionu jsou značky regionálních potravin hojně zastoupeny. Na přeshraniční straně Šumavy se setkáváme, též s hojným zastoupením farem a producentů regionálních potravin, kteří jsou zde tradičně zakořeněni. Hlavně v Bavorsku jsou tyto rodinné farmy podporovány. I v rakouské a německé příhraniční oblasti se setkáváme s trendem farmářských trhů spíše ve větších městech. Tak je tomu i u nás v ČR, kde farmářské trhy jsou obnoveny zhruba 12 let a dnes si drží svou oblibu u spotřebitelů, kteří zde velmi rádi nakupují sezónní potraviny, ale i ty které jsou dostupné po celý rok. Spolu s nimi jsou v oblibě i farmářské obchody, které mají tu jistou výhodu v celoročním provozu. Na vzestupu pak jsou e-shopy s regionálními a farmářskými produkty hlavně ty, které mají širší pole působnosti a možnosti rozvozu. Hlavním příkladem tomu je společnost Scuk.cz, která zažila velký nárůst poptávky během doby pandemie Covidu 19, kdy mnoho lidí začalo nakupovat online a zvyklo si na využití těchto služeb prodeje s kvalitními potravinami. Přírodní podmínky v regionu Šumava jsou vhodnější spíše pro chovatele dobytka, díky vyššímu zastoupení pastvin a luk, proto je výroba regionálních potravin více zaměřena na živočišné produkty. V podhůří Šumavy, kde jsou půdní a klimatické podmínky pro zemědělství příznivější, se setkáme i s pěstiteli ovoce a zeleniny.

8.2 Dotazníkové šetření

Postupně probereme otázky a jejich výsledky z dotazníkového šetření. Celkově bylo dotázaných producentů zhruba 100 složených z místních farmářů, zemědělců a výrobců, z nichž 35 respondentů (tab. č.5 a obr. č.10) mi bylo ochotno sdělit tyto informace, za které jim mnohokrát děkuji. Dotazníkové šetření proběhlo v době od března do září roku 2021, kdy bylo možné dotazníky vyplnit.

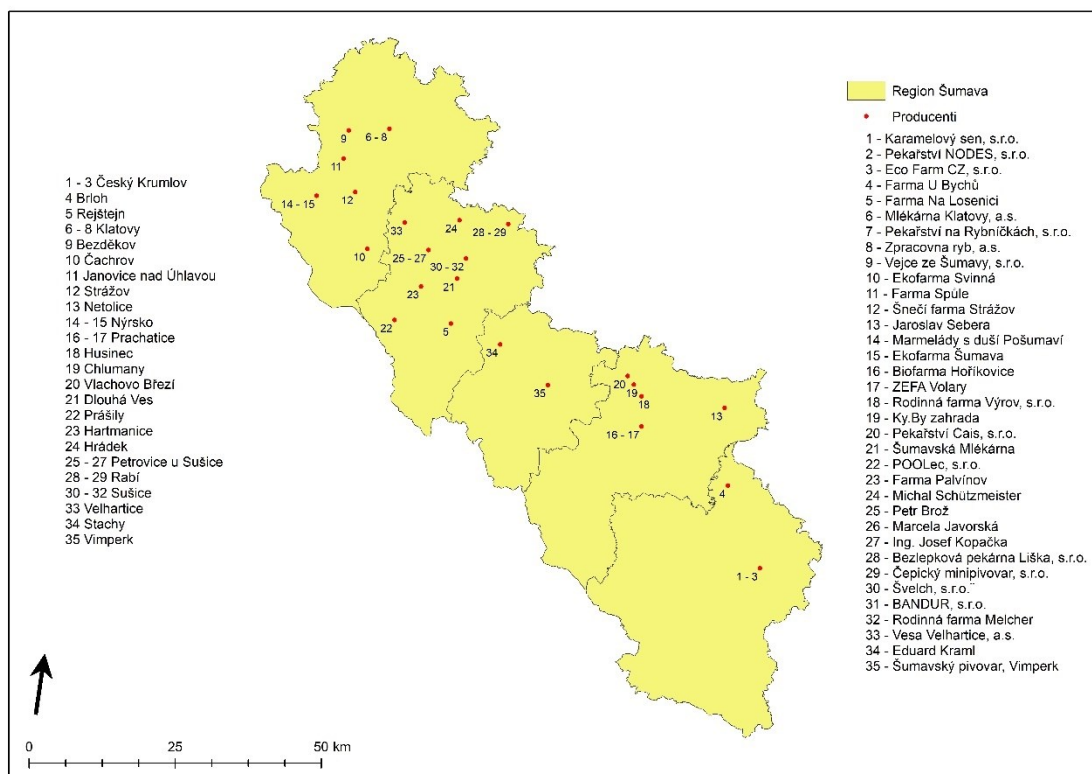
Tab. č.5: Seznam respondentů dotazníkového šetření

Producent	SO ORP
Marmeláda s duší Pošumaví	Klatovy
Farma u Bychů	Český Krumlov
Pekařství NODES spol. s r. o.	Český Krumlov
Pekařství Cais s.r.o.	Prachatice
Vejce ze Šumavy s.r.o.	Klatovy
Rodinná farma Výrov s.r.o.	Prachatice
Šnečí farma Strážov	Klatovy
Michal Schützmeister	Sušice
Rodinná farma Melcher	Sušice
Bezlepková pekárna Liška s.r.o.	Sušice
Marcela Javorská	Sušice
Šumavská mlékárna	Sušice
Zpracovna ryb Klatovy, a.s.	Klatovy
Farma Na Losenici	Sušice
BANDUR spol. s r. o.	Sušice
Karamelový sen s.r.o.	Český Krumlov
Hana Puchtová (Ekofarma Svinná)	Klatovy
Petr Brož	Sušice
Farma Spůle	Klatovy
Ing. Josef Kopačka	Sušice
Biofarma Hořkovice	Prachatice
Eco Farm CZ s.r.o.	Český Krumlov
Eduard Kraml	Vimperk

Producent	SO ORP
ZEFA Volary	Prachatice
Švelch, s.r.o.	Sušice
Čepický minipivovar s.r.o.	Sušice
Mlékárna Klatovy a.s.	Klatovy
Pekařství na Rybníčkách s.r.o.	Klatovy
Jaroslav Sebera	Prachatice
POOLec s.r.o.	Sušice
Farma Palvínov	Sušice
Ekofarma Šumava	Klatovy
Vesa Velhartice, a.s.	Sušice
Ky.By zahrada	Prachatice
Šumavský pivovar, Vimperk	Vimperk

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

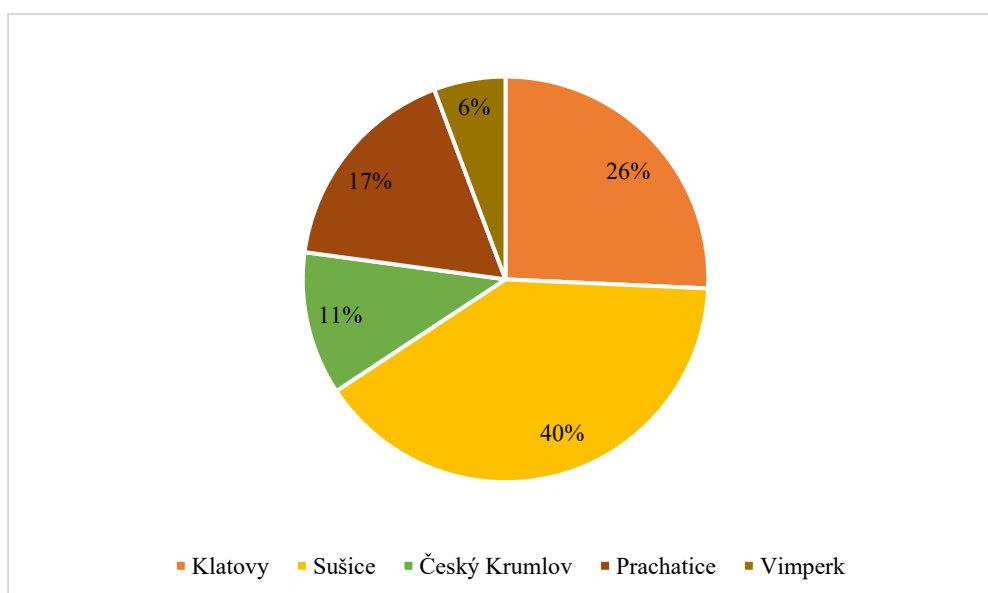
Obr. č.10: Mapa respondentů z regionu Šumava



Zdroj: ArcČR, ARCDATA PRAHA, Zeměměřičský úřad & Český statistický úřad (2016), zpracováno autorkou

Celkově bylo zasláno 37 dotazníků, z nichž dva od stejné společnosti a jeden byl neprůkazný. Zbylo tedy k vyhodnocení 35 dotazníků. První dotaz na respondenty byl na název farmy, firmy nebo jména, pod kterým podnikají, abychom mohli přiřadit odpovědi k jednotlivým výrobcům. Dotazníky vyplnily jak větší společnosti, tak i podnikající fyzické osoby. Největší zastoupení respondentů je v SO ORP Sušice, naopak nejméně jich je z SO ORP Vimperk (graf č.1). Co se týče kategorie potravin, odpověděli jak výrobci pekařských, masných nebo mléčných produktů, pěstitelé ovoce či zeleniny, včelaři, pivovarníci nebo farmáři s různými specialitami jako je Farma Strážov, která se specializuje na šnečí maso a lahůdky z něj.

Graf č.1: Podíl respondentů z jednotlivých SO ORP



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Druhá otázka směřovala na hlavní, tedy stěžejní produkty, které daný producent vyrábí a prodává. Samozřejmě u každého respondenta to byl jiný produkt. Většina dotázaných odpověděla obecněji jako běžné pečivo, hovězí maso, výrobky z ovčího nebo kozího mléka, med a podobně. Ale našli se i takový, kteří mají opravdu specifické výrobky (tab. č.6). Například paní Marcela Javorská vyrábí šumavské medové pečivo, na které je specializována. Farma Strážov vyrábí delikatesy ze šnečího masa nebo šnečího kaviáru. Společnost POOLec s.r.o. naopak vyrábí Šumavské skleněnky neboli průhledná lízátka připomínající sklo a v něm zalité různé jedlé květy, bylinky nebo kousky ovoce. Ale i takový producenti jako jsou pekařství se mohou mít jako významný produkt určitý

druh pečiva. Právě Pekařství Cais, s.r.o. uvedlo jako stěžejní produkt Chalupářský chléb kulatý (850 g).

Tab. č.6: Stěžejní produkty respondentů

Producenti	Výrobky
Marmeláda s duší Pošumaví	Džemy a marmelády
Farma u Bychů	Hovězí maso, zelenina, zpracované produkty
Pekařství NODES spol. s r.o.	Chléb, běžné pečivo, jemné pečivo
Pekařství Cais s.r.o.	Chalupářský chléb 850 g kulatý
Vejce ze Šumavy s.r.o.	Vejce
Rodinná farma Výrov s.r.o.	Kozí produkty – sýry, kefir, jogurtová mléka
Šnečí farma Strážov	Speciality ze šnečího masa a šnečího kaviáru
Michal Schützmeister	Med
Rodinná farma Melcher	Sýry
Bezlepková pekárna Liška s.r.o.	Pekařské a cukrářské bezlepkové výrobky
Marcela Javorská	Šumavské medové pečivo
Šumavská mlékárna	Mléko, jogurty, čerstvé sýry
Zpracovna ryb Klatovy, a.s.	Ryby a rybí speciality
Farma Na Loseníci	Kozí a ovčí sýry
BANDUR spol. s r. o.	Koláče, tyčinky, chléb
Karamelový sen s.r.o.	Tekuté karamely ručně vyrobené
Hana Puchtová (Ekofarma Svinná)	Maso, zelenina, bylinky, med, likéry
Petr Brož	Med
Farma Spůle	Mléčné výrobky
Ing. Josef Kopačka	Zpracovaná zvěřina
Biofarma Hořkovice	Jablka
Eco Farm CZ s.r.o.	Hovězí a telecí maso
Eduard Kraml	Hovězí maso bio kvality
ZEFA Volary	Maso a masné výrobky
Švelch, s.r.o.	Pivo
Čepický minipivovar s.r.o.	Pivo
Mlékárna Klatovy a.s.	Sýry

Producenti	Výrobky
Pekařství na Rybníčkách s.r.o.	Pečivo
Jaroslav Sebera	Ovoce, především jablka a hrušky
POOLec s.r.o.	Lízátka Šumavská skleněnka
Farma Palvínov	Mléčné výrobky a ovoce
Ekofarma Šumava	Hovězí maso
Vesa Velhartice, a.s.	Sadbové a konzumní brambory
Ky.By zahrada	Květiny a bylinky
Šumavský pivovar, Vimperk	Pivo

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Třetí otázka se zabývala tím, jaké možnosti prodeje dotázaní využívají pro prodej svých výrobků. Možností pro výběr odpovědi bylo hned několik a bylo možné odpovědět i vlastními slovy. Většina z nich prodává své výrobky přímo ze dvora, a to 21 z 35 respondentů (tab. č.7). Dalšími celkem častými odpověďmi byla vlastní prodejna, ať už se jedná o kamennou nebo pojízdnou, farmářský trh a možnost jiné. Pod pojmem jiné uvedlo 10 respondentů další způsob jejich produkce výrobků. Farma Strážov například nabízí své výrobky na různých food festivalech a slavnostech vína, kam přeci jen speciality jako je šnečí kaviár a delikatesy ze šnečího masa patří. Zpracovna ryb Klatovy a.s. zase dodává rybí sortiment i dalším distributorům po celé České republice. Podobně to má i akciová společnost Mlékárna Klatovy, která své výrobky do velkoobchodů jak v České republice, tak po celé Evropě. Do velkoobchodních prodejnů dodává i klatovské Pekařství Na Rybníčkách, Vesa Velhartice, která dodává své sadbové a konzumní brambory nebo pan Jaroslav Sebera, který dodává své vypěstované hrušky a jablka, ale i další druhy ovoce. Tento ovocnář dováží své ovoce i do škol. Společnost z Českého Krumlova Karamelový sen s.r.o. prodává své výrobky i v rámci různých dárkových košů a balíčků, které si objednávají firmy a instituce pro své obchodní partnery nebo pracovníky. Společnost ZEFA Volary dodává své maso a masné výrobky i do obchodních řetězců nebo restaurací. Další uvedenou odpovědí byla místa prodeje jako kavárny, bistra a květinářství, kteří odebírají lízátka Šumavská skleněnka od firmy POOLec s.r.o. Do restaurací pak dodává své pivo i Šumavský pivovar ve Vimperku. Sedm z dotázaných respondentů pak vlastní svůj e-shop a osm z nich využívá i možnost prodeje ve farmářských obchodech. Odpověď internetový obchod zvolili 4 dotázaní

a 3 pak specializovanou prodejnu, turistická centra a infocentra. Pouhé 2 respondenti zvolili bedýnkový prodej, a to Bezlepková pekárna Liška, s.r.o., která nabízí bezlepkové pekařské a cukrářské výrobky, a Farma Na Losenici, která je výrobcem kozích a ovčích sýrů. Z dotazníkového šetření tedy vyplývá, že nejvíce respondentů prodává samo své produkty, ať už přímým prodejem ze dvora, ve vlastní prodejně nebo na farmářském trhu. Naopak nejméně zastoupený je bedýnkový prodej, který v ČR nemá takovou oblibu jako například v západních zemích Evropy.

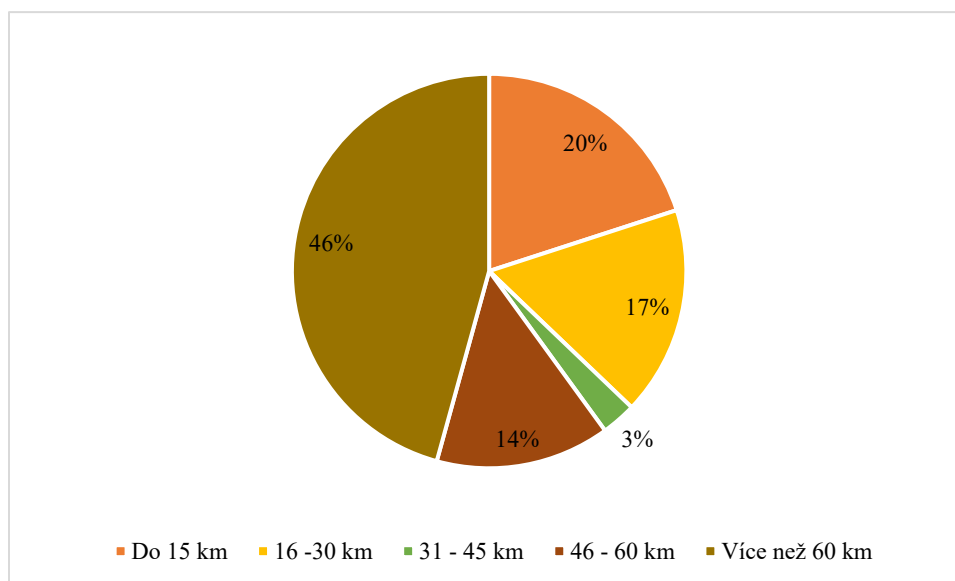
Tab. č.7: Distribuční síť respondentů

Odpovědi	Počet odpovědí
Přímý prodej ze dvora	21
Vlastní e-shop	7
Vlastní prodejna (kamenná, pojízdná)	14
Specializovaná prodejna	3
Farmářský trh	12
Farmářský obchod	8
Internetový obchod	4
Bedýnkový prodej	2
Turistická centra / Infocentra	3
Jiné	10

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Čtvrtá otázka se zaměřovala na vzdálenost mezi místem výroby a místem nákupu. Nejčastější odpovědí byla možnost „Více než 60 km“, kterou zvolilo 16 respondentů. Druhá nejpočetnější odpověď byla „Do 15 km“, tedy opačný jev. Šest respondentů se vyslovilo pro vzdálenost 16 – 30 km a jen o jednoho méně pro možnost 46 – 60 km. Pouze jeden dotázaný odpověděl na otázku „Na jak vzdálená místa své produkty dovážíte?“ možností 31 – 45 km. Výsledek této otázky v procentuálním podílu můžeme vidět v grafu č.2 Můžeme tedy konstatovat, že 46 % respondentů dováží své výrobky více jak 60 km a to, jak někteří uvedli, nejen po ČR nýbrž i po Evropě.

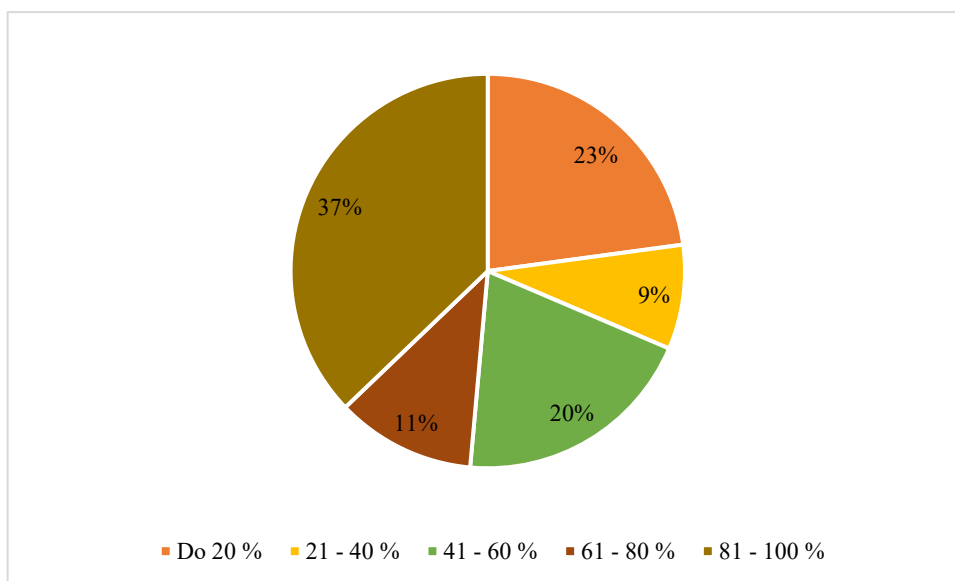
Graf č.2: Vzdálenosti distribučních cest



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Pátá otázka poukazovala na prodej jejich výrobků v regionu Šumava. Zde v grafu č.3 můžeme sledovat, že 37 % dotázaných prodá téměř veškerou produkci v regionu Šumavy. Avšak druhou nejčastější odpovědí na tuto otázku byla možnost „Do 20 %“, kterou zvolilo 23 % respondentů. Maximálně 20 % své produkce v regionu prodá Farma Strážov (šnečí speciality), Bezlepková pekárna Liška s.r.o. (bezlepkové pečivo a cukrářské výrobky), Karamelový sen s.r.o. (různé druhy karamelů a jiné karamelové výrobky), Ing. Josef Kopačka (výrobky z masa zvěřiny), Biofarma Hoříkovice (jablka), Čepický minipivovar (pivo), Mlékárna Klatovy a.s. (mléčné výrobky) a Vesa Velhartice a.s. (brambory konzumní i sadbové). Sedm respondentů uvedlo, že 41 – 60 % své produkce prodá v regionu Šumava. Nejméně respondentů zvolilo možnost 21 – 40 % a jen o jednoho více pak možnost 61 – 80 %.

Graf č.3: Prodej regionálních potravin v regionu Šumava



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Šestá otázka byla zaměřena na měsíční produkci respondentů. Někteří uvedli produkci v měrných jednotkách, někdo ji uvedl v Kč a pár respondentů využilo možnosti neuvádět informaci. Nejdříve se zaměříme na pekárny a výrobce pekařských výrobků. Pekařství NODES s.r.o. uvedlo svou měsíční celkovou produkci, která se pohybuje okolo 20 tun. Pekařství Cais s.r.o. svou měsíční produkci vyjádřilo v korunách, a to pohybující se od 7 000 000 Kč do 7 500 000 Kč. Společnost BANDUR s.r.o. uvedla svou měsíční produkci, která činí 60 000 až 70 000 kg pečiva. Klatovské Pekařství Na Rybníčkách s.r.o. odpovědělo, že ji nejde uvést, snad jen pokud jde o pečivo, počítali by jej na desetitisíce kusů. Marcela Javorská, která vyrábí šumavské medové pečivo uvedla, že měsíčně vyprodukuje 200 až 400 kornoutů. Uvést odpověď nechtěla Bezlepková pekárna Liška s.r.o. Výrobci mléčných výrobků odpovídali takto: Rodinná farma Výrov s.r.o. vyprodukuje za měsíc 3 000 l kozího mléka, které dále zpracovává, Farma Na Losenici vyprodukuje 80 kg kozích a ovčích sýrů za měsíc, Šumavská mlékárna v Dlouhé Vsi 4 500 l kravského mléka, Mlékárna Klatovy a.s. má celkovou měsíční produkci 1 849 t, kde jsou započítány jak pevné sýry, mozzarella a tavené sýry. Farma Spůle, Rodinná farma Melcher a Farma Palvínov uvedly, že to nelze určit, jelikož je každý měsíc jejich produkce jiná, záleží na dojivosti. Co se týče farmářů produkujících maso a masné výrobky, jejich měsíční produkce jsou takové: Farma U Býchů na jaře a na podzim zhruba 250 kg hovězího masa, Ing. Josef Kopačka 20 t zvěřiny (zde bych soudila, že bylo uvedena roční produkce), Eco Farm CZ s.r.o. 200 kg hovězího a telecího

masa, Eduard Kraml 300 kg hovězího masa v bio kvalitě, ZEFA Volary 2 mil. výrobků, ať už jde o maso nebo masné výrobky, Ekofarma Šumava zhruba 400 kg hovězího masa. Dále byly zastoupeni pěstitelé ovoce a zeleniny, kde jde o sezónní záležitost, což jsou Farma U Bychů s produkcí desítek kilogramů, Biofarma Hoříkovice sezonní sklizeň jablek, ovocnář Jaroslav Sebera sezónně 10 tun převážně jablek a hrušek, Vesa Velhartice 166 tun brambor. Ky.By zahrada produkuje sezónně květiny a bylinky, nelze však určit jejich produkci. Hana Puchtová produkuje maso, zeleninu, bylinky, med i likéry, avšak svou produkci označila za malou, tudíž neuvádí svou měsíční produkci.

Odpovědi ostatních respondentů byly následné: Marmeláda s duší Pošumaví uvedla svou měsíční produkci na 100 kg, Farma U Bychů zpracované produkty činí měsíčně jednotky až malé desítky kg jako je sušené ovoce, ovocné sirupy. Farma Strážov produkující šnečí maso a výrobky z něj uvedla odpověď „Nevyrábíme na sklad – pouze čerstvé produkty“, zde tedy záleží na objemu objednávek na daný druh sortimentu. Michal Schützmeister produkuje med, jeho produkce činí 30 kg medu nejspíše za rok, Petr Brož je též včelařem a uvedl, že se to mění podle sezóny. Zpracovna ryb Klatovy a.s. vyprodukuje za měsíc zhruba 30 tun ryb a rybích specialit. Karamelový sen s.r.o. vyrábí tekuté karamely dle potřeb. Pivovary uvedly svou produkci takto: Švelch s.r.o. 8 000 l, Čepický minipivovar s.r.o. 120 hl a Šumavský pivovar Vimperk zhruba 250 hl ročně. Společnost POOLec s.r.o. vyrábí lízátka Šumavská skleněnka podle sezóny. Vejce ze Šumavy s.r.o. neuvedly svou produkci.

Sedmá otázka se vztahovala k certifikacím a značkám. Nejčastější značkou v regionu Šumava je Regionální potravina®, jak můžeme vidět v tabulce č.8. Ihned za ní se drží značka Šumava originální produkt®. Z dotázaných je pak 8 držitelů označení BIO a jeden je držitelem značky Klasa®. Sedm respondentů není držitelem certifikace. Možnost „Jiné“ označilo 13 respondentů, kteří uvedli značky – Chutná hezky. Jihočesky (4 respondenti), Český systém kvality služeb (1), World's Original Marmelade Awards (1), Český med (1), Cena Potravinářské Komory ČR o nejlepší inovativní potravinářský výrobek 2018 (2), Cena Potravinářské Komory ČR o nejlepší inovativní potravinářský výrobek 2019 (1), Ochranná známka Ovocnářské unie ČR (1), Q CZ (1) a Zlatý klas (1).

Tab. č.8: Značky, certifikace a označení regionálních produktů respondentů

Certifikace/značka/označení	Počet odpovědí
Klasa	1
Regionální potravina	11
Šumava originální produkt	10
BIO	8
Jiné	13
Ne, nejsem držitelem certifikace produktu	7

Pozn.: Možnosti Český výrobek, Chráněné zeměpisné označení, Chráněné označení původu, Zaručeně tradiční specialita nezvolil ani jeden z respondentů.

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Osmá otázka navazovala na předchozí otázku ohledně certifikací, kde jsem se ptala, zda pocítují nějakou změnu po udělení certifikace. Odpovědi mohli vybrat více a otázka nebyla povinná. Nejvíce byly označovány tyto dvě odpovědi, a to „Větší zájem o produkt/y ze strany spotřebitelů“ a „Větší povědomí o Vaší farmě/firmě/osobě“, což můžeme vidět vyjádřené v tabulce č.9. Tyto odpovědi byly zvoleny 12krát. Devět respondentů pak otázku nevyplnilo a 5 jich uvedlo možnost „Jiné“. Pod možností jiné uvedli, 3 z nich, že změnu nepocítují, 1 uvedl vzájemnou podporu a další exkluzivitu, dále bylo uvedeno „Málo“, tedy že pocítují změnu po udělení certifikace málo. Můžeme tedy říci, že na většinu držitelů certifikace to má nějaký vliv a vidí změnu hlavně v zájmu spotřebitelů a vědomosti okolí o farmě.

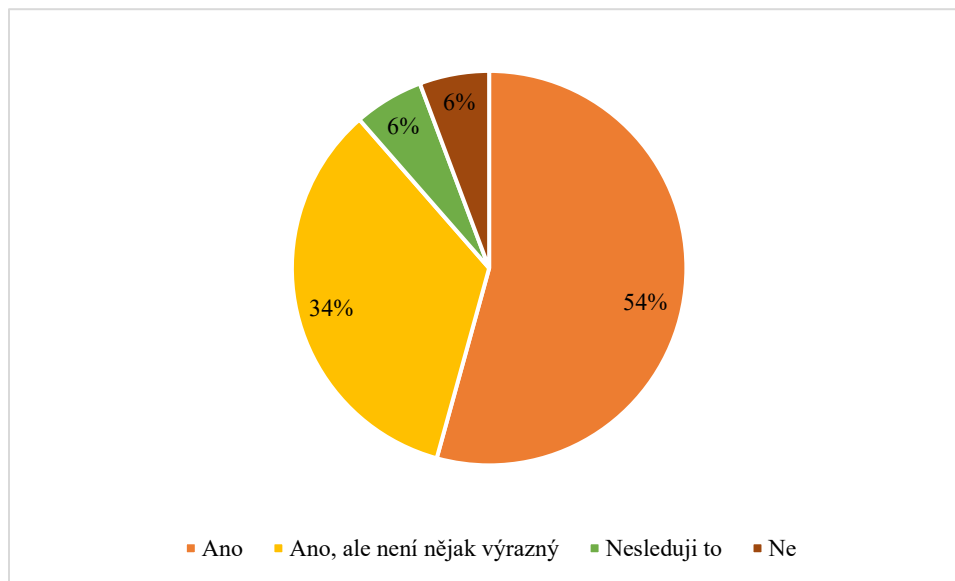
Tab. č.9: Vliv certifikací na producenty regionálních potravin

Odpovědi	Počet odpovědí
Větší zájem o produkt/y ze strany spotřebitelů	12
Větší zájem o produkt/y ze strany prodejců	0
Větší povědomí o Vaší farmě/firmě/osobě	12
Jiné	5
Neuvedlo	9

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Devátá otázka směřovala na zájem turistů o jejich výrobky, a to jak turistů zahraničních, tak tuzemských. Více jak polovina respondentů vidí zájem turistů o jejich výrobky, což vidíme v grafu č.4. Dvanáct respondentů uvedlo, že jej pocítuje, ale ne nějak výrazně. Čtyři respondenti pak uvedly negativní odpovědi, z toho 2 to nesledují a 2 nevidí zájem turistů.

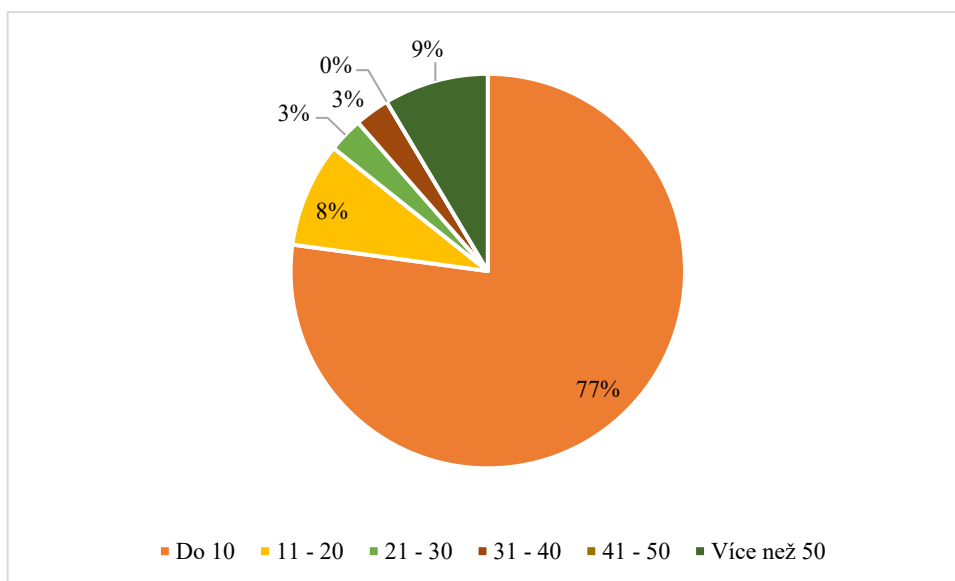
Graf č.4: Zájem turistů o regionální potraviny v regionu Šumava



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Desátá otázka se ptala na počet zaměstnanců v podniku, na farmě apod. Třičtvrtě respondentů uvedlo, že mají maximálně 10 zaměstnanců, z nichž někteří uváděli v jiných otázkách i to, že nemají vůbec žádné zaměstnance a jsou jen sami (graf č.5). Další odpovědi už byly pouze v jednotkách, a to 3 dotázaní mají 11 – 20 zaměstnanců, jeden má 21 – 30, 31- 40 zaměstnanců má též jeden dotázaný a více než 50 zaměstnanců mají zbylí 3 respondenti.

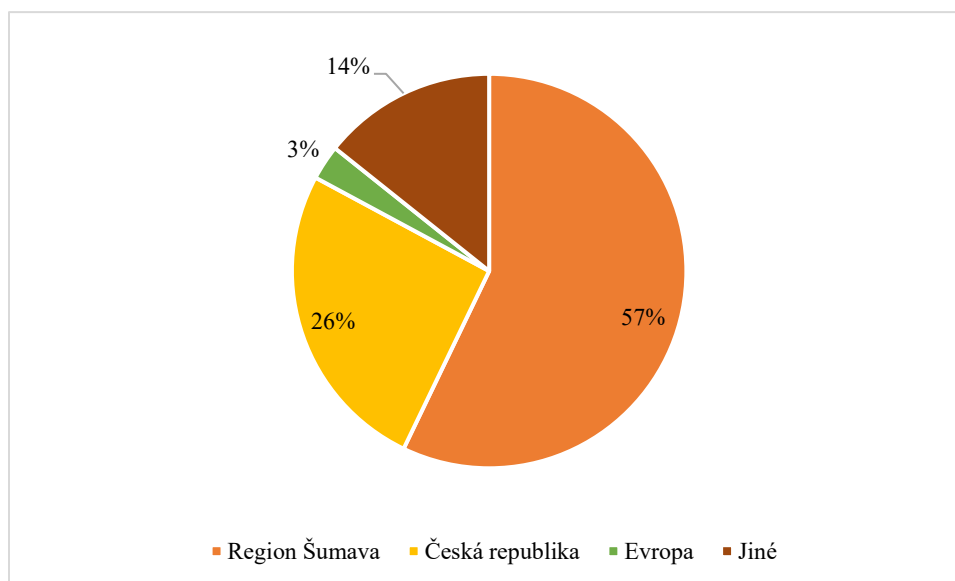
Graf č.5: Podíl dotázaných producentů dle počtu zaměstnanců



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Poslední jedenáctá otázka se zaměřovala na původ surovin pro jejich produkty. Byly možné 4 možnosti: Region Šumava, Česká republika, Evropa a Jiné. Více jak polovina dotázaných vyrábí svou produkci pouze z lokálních surovin regionu Šumava a zhruba čtvrtina pak ze surovin českých (graf č.6). Jeden uvedl, že používá suroviny z celé Evropy. Ale pojďme se podívat, co producenti uváděli do kolonky „jiné“. Zpracovna Klatovy a.s. distribuuje ryby a mořské plody z celého světa. Společnost Karamelový sen s.r.o. využívá surovin jak lokálních, tak českých, ale např. koření dováží z celého světa. Mlékárna Klatovy a.s. vykupuje mléko od farmářů z regionu Šumava, ale i z příhraničních oblastí Německa a Rakouska. Samozřejmostí je ovocnářství, kdy pan Jaroslav Sebera pěstuje svou produkci v regionu Šumavy, a tudíž se jedná o produkt lokální. Pro výrobu Šumavské skleněnky používá společnost POOLec s.r.o. sušenou lékořici, kterou dováží až z Finska. Tudíž můžeme polemizovat o tom, zda suroviny dováží pouze z Evropy nebo celého světa.

Graf č.6: Původ surovin regionálních potravin v regionu Šumava



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření, 2021

Pokud tedy zhodnotíme dotazníkové šetření celkově. Farmáři a výrobci nejčastěji využívají přímý prodej z farmy a většinu své produkce prodají v regionu Šumavy. Avšak část svých výrobků dovážejí i dál než 60 km daleko. Nejčastěji jsou výrobci držiteli značek Regionální potravina® a Šumava originální produkt®, které jim umožnili větší viditelnost farmy/firmy i zviditelnění u spotřebitelů, kteří o jejich výrobky jeví větší zájem i co se týče turistů. Většinou jsou zde situovány menší farmy a podniky s nižším počtem zaměstnanců, které využívají regionálních surovin pro výrobu svých výrobků.

Závěr

Cílem práce bylo zjistit, jak se podílejí na prodeji regionálních potravin místní farmáři a výrobci. Z informací zjištěných z dotazníkové šetření, můžeme říci, že největší podíl na prodeji v regionu mají menší výrobci, kteří většinu své produkce prodají přímo v regionu, na rozdíl od velkých společností, které často své výrobky distribuují do různých koutů kraje či ČR. Velký podíl na prodeji v regionu mají převážně místní výrobci pečárenských a mléčných výrobků, které zde prodají zhruba 80 % své produkce. Velké společnosti jako Mlékárna Klatovy, a.s., Zpracovna ryb, a.s., Bezlepková pekárna Liška, s.r.o. nebo Vesa Velhartice, a.s. mají na regionálním prodeji malý podíl, jelikož své produkty dovážejí ve větším množství mimo něj a jejich prodejní místa bychom našli na většině území ČR. V jejich případě se jedná maximálně o 20 % objemu produkce, která je prodána v regionu Šumava. Mizivý vliv mají producenti specialit, kteří ve většině případů distribuují své produkty mimo region.

Dalším cílem bylo zjistit, které formy distribučních cest jsou mezi místními výrobci nejčastěji využívány. Nejvíce využívanou formou je přímý prodej ze dvora, kdy na farmách a místech produkce, zároveň probíhá prodej potravin. Vlastní prodejny jsou pak tou druhou nejčastější variantou prodeje, ať už se jedná o ty kamenné nebo pojízdné. Můžeme tedy konstatovat, že přímý prodej samotným výrobcem je tou nejčastější formou. Prodej na farmářském trhu je však ihned v závěsu za prodejem ve vlastní prodejně, ale otázkou je, zda na farmářský trh s výrobky cestuje sám výrobce nebo zda je využita možnost prostředníka v obchodu a na trh přiváží produkty prodejce pověřený jejich prodejem od samotného výrobce.

Co se týče značek a certifikací v regionu je počet držitelů 3 zmiňovaných značek, Regionální potravina®, Šumava originální produkt® a Chutná hezky. Jihočesky®, za dobu působení značek vyrovnány. Hojně zastoupeny jsou všechny 3 značky, avšak u Regionální potraviny® je certifikát limitován dobou 3 let, kdy jej oceněný produkt smí užívat. Ohledně původu surovin regionálních potravin jsou nejvíce zastoupeny zdroje regionální. U dotázaných producentů jde převážně o suroviny regionální jako mléko a maso od dobytka z vlastních chovů, vypěstované plodiny v regionu nebo med od vlastních včelstev.

Regionální potraviny za hranicí ČR na území Rakouska a Německa jsou převážně produkovány z rodinných farem, které jsou podporovány územními správami, soukromými iniciativami, ale i samotným státem. Mnohdy dochází k přeshraničnímu obchodu, kdy například Mlékárna Klatovy, a.s. odebírá mléko jak od českých, tak od německých a rakouských farmářů z příhraničí. Avšak co týče samotných farem, na území Rakouska a Německa, jde převážně o rodinné farmy s dlouholetou tradicí, které jsou v regionu po generace.

Pokud jde o stanové hypotézy, první z nich můžeme potvrdit, jelikož opravdu jednou z nejčastějších možností prodeje regionálních potravin je farmářský trh, kde 34 % producentů v dotazníkovém šetření zvolilo právě tuto možnost. Farmářský trh je tedy společně s přímým prodejem ze dvora a vlastními prodejny výrobců nejběžnějším místem prodeje regionálních potravin. Druhou hypotézu již nelze zcela potvrdit, jelikož polovinu produkce prodá v regionu Šumava zhruba polovina dotázaných producentů. Druhá polovina ji prodá mimo region Šumava, kam své produkty distribuuje. K této hypotéze, tak můžeme dodat, že menší výrobci svou produkci na území regionu prodají, avšak velké společnosti v regionu prodají jen malou část, která převážně činí max. 20 % jejich celkové produkce.

Po zjištění, že jednou z nejčastějších forem prodeje je farmářský trh, by mohla regionální města zvážit možnost uskutečnění pravidelných farmářských trhů. Jak totiž bylo zjištěno, farmářské trhy jsou na území regionu Šumava převážně jednorázovou akcí spojenou s kulturní akcí či jinou formou trhu. Sice je v regionu rozšířen přímý prodej z farmy, ale farmářské trhy by mohly dát místním farmářům nový rozměr v oblasti prodeje jejich produkce. Přeci jen by to mohlo zvýšit zájem o regionální potraviny u dalších spotřebitelů, kteří by si mohli nakoupit regionální potraviny od různých farmářů na jednom místě. Věřím, že takové rozhodnutí by podpořilo rozvoj regionu a zároveň by posunulo kulturní stránku zdejších měst.

Seznam použitých zdrojů

- Agentur für Lebensmittel aus Bayern (2022a). Kennzeichnung von Lebensmitteln mit GQ-Bayern-Zutaten. Dostupné 7. 4. 2022 z <https://www.gq-bayern.de/lebensmittel-mit-gq-bayern-zutaten/kennzeichnung-von-lebensmitteln-mit-gq-bayern-zutaten/>
- Agentur für Lebensmittel aus Bayern (2022b). Unsere Produkte im Einzelnen. Dostupné 7. 4. 2022 z <https://www.gq-bayern.de/produkte-und-hersteller/produktsortiment/>
- Alvensleben, R. (2000). Zur Bedeutung von Emotionen bei der Bildung von Präferenzen für regionale Produkte. *Agrarwirtschaft*, 49, 399-402.
- Arberland (2022). Regionale produkte. Dostupné 19. 4. 2022 z <https://www.arberland-bayerischer-wald.de/regionale-produkte/150/5383/21141>
- ArcČR, ARCDATA PRAHA, Zeměměřičský úřad & Český statistický úřad (2016). ArcČR 500, verze 3.3. Dostupná 23. 4. 2022 z <https://www.arcdata.cz/produkty/geograficka-data/arccr-4-0>
- Asociace regionálních značek (2010-2022a). *O značce - Šumava originální produkt*. Dostupné 22. 2. 2022 z <https://www.regionalni-znacky.cz/sumava/cs/o-znacce/>
- Asociace regionálních značek (2010-2022b). *Pečení chleba v lenorské peci*. Dostupné 25. 2. 2022 z <https://www.regionalni-znacky.cz/sumava/cs/zazitky/detail/1445/peceni-chleba-v-lenorske-peci>
- Asociace regionálních značek (2022). *Přijímáme žádosti o značku, uzávěrka 25. 3. 2022*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.regionalni-znacky.cz/sumava/cs/aktuality/detail/765/prijimame-zadosti-o-znacku-uzaverka-je-25-3-2022>
- Asociace regionálních značek (2010-2022c). *Šumava originální produkt. Certifikované produkty*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.regionalni-znacky.cz/sumava/cs/certifikovane-produkty/?k=8&r=2>
- Berti, G. & Mulligan, C. (2016). Competitiveness of Small Farms and Innovative Food Supply Chains: The Role of Food Hubs in Creating Sustainable Regional and Local Food Systems. *Sustainability*, 8(616), 1-31. doi: 10.3390/su8070616
- Budějovický Budvar, n.p. (2019). Budějovický Budvar již 12 let vyrábí pivo s logem Chráněné zeměpisné označení. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.budejovickybudvar.cz/tiskove-zpravy/budejovicky-budvar-jiz-12-let-vyrabi-pivo-s-logem-chranene-zemepisne-oznaceni>
- CZ TEST (2011). Nakupujte lokální potraviny. Dostupné 3. 2. 2022 z <https://www.cz-test.cz/clanek/nakupujte-lokalni-potraviny>
- Čepelíková, K. (2013). Farmářské trhy po Německu. *Vitalia.cz*. Dostupné 24. 1. 2022 z <https://www.vitalia.cz/clanky/farmarske-trhy-po-nemecku/>
- Česká tisková kancelář (2013). Počet farmářských trhů již neroste, přibývá farmářských obchodů. *Denik.cz*. Dostupné 28. 2. 2022 z <https://www.denik.cz/ekonomika/pocet-farmarskych-trhu-jiz-neroste-pribyva-farmarskych-obchodu-20131102.html>
- Česká televize (2010). Toulavá kamera ochutnává Česko. Epizoda 5. Odvysíláno 4. 8. 2010. Dostupné 22. 2. 2022 z <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10290271690-toulava-kamera-ochutnava-cesko/210572231180005/>

- České dědictví UNESCO (2022). Památky. Dostupné 25. 3. 2022 z https://www.unesco-czech.cz/unesco-pamatky/#page_start
- Český statistický úřad (2021a). Počet obyvatel v obcích – k 1. 1. 2021. Dostupné 28. 3. 2022 z <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112021>
- Český statistický úřad (2021b). Regionální časové řady. ORP Český Krumlov. Dostupné 15. 4. 2022 z <https://www.czso.cz/documents/11256/34995532/313103.pdf/52c69232-b102-4092-87cd-5eba15480f20?version=1.21>
- Český statistický úřad (2021c). Regionální časové řady. ORP Klatovy. Dostupné 15. 4. 2022 z <https://www.czso.cz/documents/11252/17841520/3205.pdf/1b794c23-6f4f-4d0a-bf8f-72f520ba2792?version=1.15>
- Český statistický úřad (2021d). Regionální časové řady. ORP Prachatice. Dostupné 15. 4. 2022 z <https://www.czso.cz/documents/11256/34995532/313109.pdf/0cc7eb05-8f3d-44f1-a532-2b19e1bd35a4?version=1.21>
- Český statistický úřad (2021e). Regionální časové řady. ORP Sušice. Dostupné 15. 4. 2022 z <https://www.czso.cz/documents/11252/17841605/3214.pdf/ce5e188a-947f-4774-87f0-2a414b9f6162?version=1.13>
- Český statistický úřad (2021f). Regionální časové řady. ORP Vimperk. Dostupné 15. 4. 2022 z <https://www.czso.cz/documents/11256/34995532/313116.pdf/f4092b3a-e17c-4961-9723-8e6a8fa477e2?version=1.17>
- Český statistický úřad (2021g). Statistická ročenka České republiky 2021. Dostupné 18. 4. 2022 z <https://www.czso.cz/csu/czso/statisticka-rocenka-ceske-republiky-lxnk9quszp>
- Český statistický úřad (2022). Veřejná databáze. Počet obyvatel dle věkových skupin ve vybraných SO ORP. Dostupné 22. 4. 2022 z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uziv-dotaz#>
- Čmejrek, J. (2008). *Obce a regiony*. Praha, Česko: Alfa Nakladatelství.
- Daňková, A. (2021). Nabídka lokálních potravin za hranicemi vyrazí dech, v Česku rozhoduje cena. *iDnes.cz*. Dostupné 26. 1. 2022 z https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/regionalni-potraviny-maloobchod-bavorsko-rakousko-farmari.A210620_112930_eko-zahranicni_ven
- Delín, M., & Pospěch, P. (2016). Komodifikace venkova a utváření identity regionu. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 52(2), 209-235. doi: <http://dx.doi.org/10.13060/00380288.2016.52.2.247>
- Dostálová, J., & Kadlec, P. (2014). *Potravinářské zbožíznalství: Technologie potravin*. Ostrava, Česko: Key Publishing.
- EnviWeb (2011). Farmářské trhy se rozvíjejí. Dostupné 2. 3. 2022 z <https://www.enviweb.cz/85009>
- EnviWeb (2012). Kvůli mrazům nahradily farmářské trhy farmářské prodejny. Dostupné 5. 3. 2022 z <https://www.enviweb.cz/90182>
- Farmářský obchod (2021). Kategorie produktů. Dostupné 18. 12. 2021 z <https://www.farmarsky-obchod.cz/>
- Grmelová, N. (2017). Lost in Labels of Quality. *European Food and Feed Law Review*, 12 (5), 434-438.

- Havel, P. (2019). Maso přímo z farmy: výhodný a kvalitní nákup. *Vitalia.cz*. Dostupné 23. 3. 2022 z <https://www.vitalia.cz/clanky/maso-z-farmy-vyhodny-a-kvalitni-nakup/>
- Hensche, H.-U., Ullrich-Jäker, H. & Wildraut, C. (2000): *Leitfaden zur Stärkung regionaler Vermarktungsprojekte*. Düsseldorf, Německo: Ministerium für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft in Nordrhein-Westfalen.
- Chalupová, M., Prokop, M. & Rojík, S. (2016). Regional Food Preference and Awareness of Regional Labels in Vysočina Region (Czech Republic). *European Countryside*, 2, 109-122. doi: 10.1515/euco-2016-0009
- Chalupová, M., Rojík, S., Kotoučková, H. & Kauerová, L. (2021). Food Labels (Quality, Origin, and Sustainability): The Experience of Czech Producers. *Sustainability*, 13(318), 1-13. doi: 10.3390/su13010318
- Jarosz, L. (2008). The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*, 24(3), 231-244. doi:10.1016/j.jrurstud.200710.002
- Karpenstein, U. & Werres, B. (2004). Staatliche Unterstützung für regionale Produkte: eine rechtliche Analyse. Umweltbundesamt Berlin.
- Kögl, H. & Tietze, J. (2010). Regionale Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung von Lebensmitteln. Rostock, Německo: Landwirtschaftliche Betriebslehre und Management.
- Krbcová, L. (2011a). Farmářské trhy: Pro kvalitní mrkev a ještě za dobré prachy. *Vitalia.cz*. Dostupné 28. 1. 2022 z <https://www.vitalia.cz/clanky/farmarske-trhy-rozhovor-jiri-sedlacek/>
- Krbcová, L. (2011b). Jak zamezit přístup podvodníků na farmářské trhy? *Vitalia.cz*. Dostupné 22. 1. 2022 z <https://www.vitalia.cz/clanky/3-p-farmarskych-trhu-podvodnici-prekupunici-prizivnici/>
- Krbcová, L. (2013). Boom a bum farmářských trhů: minulost, přítomnost a jak poznat ten dobrý. *Vitalia.cz*. Dostupné 22. 1. 2022 z <https://www.vitalia.cz/clanky/boom-a-bum-farmarskych-trhu/>
- Mendelova univerzita v Brně (2022a). *Půdní typy, Kambizem KA*. Dostupné 14. 3. 2022 z http://web2.mendelu.cz/af_291_projekty2/vseo/print.php?page=5262&typ=html
- Mendelova univerzita v Brně (2022b). *Půdní typy, Kryptopodzol KP*. Dostupné 14. 3. 2022 z http://web2.mendelu.cz/af_291_projekty2/vseo/print.php?page=5265&typ=html
- Mendelova univerzita v Brně (2022c). *Přírodní humusové látky, Druhá generace humusových látek*. Dostupné 14. 3. 2022 z http://web2.mendelu.cz/af_291_projekty2/vseo/print.php?page=4267&typ=html
- Městský úřad Sušice (2022). Termíny farmářských trhů pro rok 2022 + kontakty. Dostupné 11. 4. 2022 z <https://www.mestosusice.cz/mususice/fr.asp?tab=mususice&id=6347&burl&pt=XF>
- Ministerstvo zemědělství (2009-2022a). Agroturistika. *eAGRI*. Dostupné 20. 4. 2022 z <https://eagri.cz/public/web/mze/venkov/prioritni-temata-site/agroturistika/>
- Ministerstvo zemědělství (2009-2022b). Chráněné zeměpisné označení (CHZO). *eAGRI*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://eagri.cz/public/web/mze/potravin/znacky-kvality-potravin/chranena-zemepisna-oznaceni/>

Ministerstvo zemědělství (2009-2022c). Regionální potravina. *eAGRI*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/znacky-kvality-potravin/regionalni-potraviny/>

Národní památkový ústav (2015). Vchynicko-tetovský plavební kanál. Památkový katalog. Dostupné 6. 4. 2022 z <https://pamatkovykatalog.cz/vchynicko-tetovsky-plavebni-kanal-14224211>

Národní park Šumava (2008-2022a). Ledovcová jezera na Šumavě. Dostupné 6. 4. 2022 z <https://www.npsumava.cz/zajimavost/ledovcova-jezera/>

Národní park Šumava (2008-2022b). Péče o bezlesí – další informace. Dostupné 7. 4. 2022 z <https://www.npsumava.cz/priroda/ochrana-prirody/pece-o-bezlesi-dalsi-informace/>

Národní park Šumava (2008-2022c). Přírodní poměry. Dostupné 6. 4. 2022 z <https://www.npsumava.cz/priroda/prirodni-pomery/>

Náš GRUNT, s.r.o. (2009-2022). Chci svoji prodejnu. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.nasgrunt.cz/115-chci-svoji-prodejnu.html>

Obec Chlumany (2022). Chlumanský trh. Dostupné 11. 4. 2022 z <https://www.chlumany.cz/obec/chlumansky-trh/>

Observatore.cz (2022). Köppenova klasifikace podnebí. Dostupné 6. 4. 2022 z http://www.observatore.cz/learn/koppenova_klasifikace_podnebi.html

Österreichische Qualität (2021). Austria Gütezeichen für Produkte. Dostupné 8. 4. 2022 z <https://www.austriaguetezeichen.at/konsumenteninformation/qualitaetsprodukte/>

Pechrová, M., Lohr, V. & Havlíček, Z. (2015). Social Media for Organic Products Promotion. *Agris On-line Papers in Economics and Informatics*, 8(1), 41-50.

Příhodová, A. (2013). Jarní sortiment farmářských trhů: kdy bude čerstvá česká zelenina? *Vitalia.cz*. Dostupné 23. 1. 2022 z <https://www.vitalia.cz/clanky/prehled-jarniho-sortimentu-na-farmarskych-trzich/>

Regal (2012). Farmářské trhy zpřísní nový kodex. *EnviWeb*. Dostupné 23. 2. 2022 z <https://www.enviweb.cz/91488>

Regionální agrární komora Jihočeského kraje (2022a). Oceněné produkty, ročníky 2007 – 2021. Dostupné 14. 4. 2022 z <https://www.chutnahezkyjihocesky.cz/ocenene-produkty/rocnik-2021>

Regionální agrární komora Jihočeského kraje (2022b). O projektu. *Chutná hezky. Jihočesky*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.chutnahezkyjihocesky.cz/o-projektu>

Regionální agrární komora Jihočeského kraje (2022c). Soutěž, logotyp. *Chutná hezky. Jihočesky*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.chutnahezkyjihocesky.cz/soutez/logotyp>

Regionální potravina (2021). *Metodika pro udělování značek „Regionální potravina“*. Dostupné 14. 3. 2022 z <http://www.regionalnipotravina.cz/files/metodika-a-loga/2021/1-Metodika-RP-vcetne-priloh-2021.pdf>

Regionální potravina (2015-2022a). *O značce*. Dostupné 8. 3. 2022 z <https://www.regionalnipotravina.cz/o-projektu/>

- Regionální potravina (2015-2022b). *Oceněné regionální potraviny. Plzeňský kraj*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.regionalnipotravina.cz/ocenene-regionalni-potraviny/plzensky-kraj/>
- Regionální potravina (2015-2022c). *Oceněné regionální potraviny. Jihočeský kraj*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.regionalnipotravina.cz/ocenene-regionalni-potraviny/jihocesky-kraj/>
- Regionální potravina (2015-2022d). *Značka regionální potravina oceňuje ty nejlepší výrobky z každého kraje*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.regionalnipotravina.cz/o-projektu/>
- Scuk.cz (2022a). Obchody. Dostupné 21. 4. 2022 z <https://www.scuk.cz/obchody>
- Scuk.cz (2022b). O nás. Dostupné 21. 4. 2022 z https://www.myjsme.scuk.cz/?utm_source=scuk.cz&utm_medium=web&utm_campaign=hp-o-nas
- Scuk.cz (2022c). Výrobci a farmáři. Dostupné 21. 4. 2022 z <https://www.scuk.cz/obchody?f=e30>
- Sedláček, J. (2014). Pořádat farmářské trhy je výhodné jen dlouhodobě. *EnviWeb*. Dostupné 8. 3. 2022 z <https://www.enviweb.cz/101255>
- Spilková, J., Syrovátková, M., Šifta, M., Strnadel, Š., Vágner, J., & Fialová, D. (2016). *Alternativní potravinové sítě: Česká cesta*. Praha, Česko: Karolinum.
- Státní veterinární správa (2022). Desatero Státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích. Farmářské trhy. Dostupné 25. 1. 2022 z <https://www.svscr.cz/zivocisne-produkty/farmarske-trhy/>
- Svoboda, M. (2019). Zemědělský svaz ČR podporuje majetkový vstup jihočeských producentů mléka do mlékárny v bavorském Chamu! *Asociace samostatných odborů ČR*. Dostupné 28. 1. 2022 z <https://www.asocr.cz/obsah/54/zemedelsky-svaz-cr-podporuje-majetkovy-vstup-jihoceskych-pro/111703>
- Syrovátková, M. (2012). Farmářské trhy se ujal, udrží si i nadále podporu měst? *EnviWeb*. Dostupné 2. 3. 2022 z <https://www.enviweb.cz/90157>
- ŠumavaNet.CZ (2022a). Čertovo jezero. Dostupné 28. 3. 2022 z https://www.sumavanet.cz/vopin/jezera/certo/jez_certo.htm
- ŠumavaNet.CZ (2022b). Obecní pec na chleba, Lenora. Dostupné 23. 2. 2022 z <https://www.sumavanet.cz/lenora/fr.asp?tab=snet&id=5239>
- Valtr, P. (2012). *Šumava a její perspektivy aneb Šumava pro její milovníky I*. Plzeň, Česko: Urbioprojekt.
- Venn, L., Kneafsey, M., Holloway, L., Cox, R., Dowler, E. & Tuomainen, H. (2006). Researching European „alternative“ food networks: Some methodological considerations. *Area*, 38(3), 248-258. doi:10.1111/j.1475-4762.2006.00694.x
- Verein ARGE Südbahnhofmarkt (2022). Informationen. Dostupné 13. 4. 2022 z <https://www.suedbahnhofmarkt.com/information/>
- Vitalia.cz (2009-2022). Definice a Kodex farmářských trhů. Dostupné 26. 1. 2022 z <https://www.vitalia.cz/texty/definice-a-kodex-farmarskych-trhu/>

Vojenské lesy a statky ČR, s.p. (2022). Schwarzenberský kanál. Historie. Dostupné 6. 4. 2022 z <https://www.vls.cz/cs/schwarzenbersky-plavebni-kanal-a-zelnavsky-smyk/historie>

Vysoká škola báňská (2022). Základy regionální geologie České republiky. Dostupné 6. 4. 2022 z http://geologie.vsb.cz/geologie/KAPITOLY/11_REGION%C3%81LN%C3%8D_GEO/11_regionalka.htm

Wirelessinfo.cz (2022a). Dodavatelé. Dostupné 19. 4. 2022 z <https://sumavaprodukt.regionalnispéciality.cz/brands>

Wirelessinfo.cz (2022b). O firmě Šumavaprodukt s.r.o.. Dostupné 19. 4. 2022 z <https://sumavaprodukt.regionalnispéciality.cz/content/19-o-firme-sumavaprodukt-sro>

Wirelessinfo.cz (2022c). Regionální speciality. O nás. Dostupné 19. 4. 2022 z <https://sumavaprodukt.regionalnispéciality.cz/content/20-o-nas>

Weiss, W. (2007). Regionalität und regionale Lebensmittel. In K.-M. Brunner et al., Ernährungsaltag im Wandel: Chancen für Nachhaltigkeit. (s.187-197). Vídeň, Rakousko: Springer

ZEFA Volary (2021). Pojízdna prodejna. Dostupné 21. 11. 2021 z <http://zefavolary.cz/pojizdna-prodejna.html>

Zveřejnění žádosti podle čl. 6 odst. 2 nařízení Rady (ES) č. 510/2006 o ochraně zeměpisných označení a označení původu zemědělských produktů a potravin. (2011). *Úřední věstník Evropské unie*, C 271/22. Dostupné 11. 4. 2022 z https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2011.271.01.0022.01.CES&toc=OJ:C:2011:271:TOC

Zveřejnění žádosti podle čl. 6 odst. 2 nařízení Rady (ES) č. 510/2006 o ochraně zeměpisných označení a označení původu zemědělských produktů a potravin. (2007a). *Úřední věstník Evropské unie*, C 249/31. Dostupné 11. 4. 2022 z https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2007.249.01.0031.01.CES&toc=OJ:C:2007:249:TOC

Zveřejnění žádosti podle čl. 6 odst. 2 nařízení Rady (ES) č. 510/2006 o ochraně zeměpisných označení a označení původu zemědělských produktů a potravin. (2007b). *Úřední věstník Evropské unie*, C 278/13. Dostupné 11. 4. 2022 z https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2007.278.01.0013.01.CES&toc=OJ:C:2007:278:TOC

Seznam použitých zkratk

AFT – Asociace farmářských tržišť

GQB – Geprüfte Qualität - Bayern

CHHJ – Chutná hezky. Jihočesky®

CHOP – Chráněné označení původu

CHZO – Chráněné zeměpisné označení

MAS – místní akční skupina

ÖQ – Österreichische Qualität

SO ORP – Správní obvod obce s rozšířenou působností

ZTS – Zaručeně tradiční specialita

Seznam tabulek

Tab. č.1: Vybrané ukazatele pro jednotlivé SO ORP za rok 2020.....	41
Tab. č.2: Zemědělská půda a její ukazatelé pro jednotlivá SO ORP za rok 2020.....	42
Tab. č.3: Ekonomické subjekty se sídlem v jednotlivých SO ORP za rok 2020	43
Tab. č.4: Počet ekonomických subjektů dle počtu zaměstnanců v jednotlivých SO ORP za rok 2020	44
Tab. č.5: Seznam respondentů dotazníkového šetření	48
Tab. č.6: Stěžejní produkty respondentů	51
Tab. č.7: Distribuční sítě respondentů.....	53
Tab. č.8: Značky, certifikace a označení regionálních produktů respondentů	57
Tab. č.9: Vliv certifikace na producenty regionálních potravin.....	57

Seznam obrázků

Obr. č.1: Logo značky Regionální potravina®	15
Obr. č.2: Logo značky Šumava originální produkt®.....	17
Obr. č.3: Logo značky Chutná hezky. Jihočesky®.....	18
Obr. č.4: Logo označení Chráněné zeměpisné označení	20
Obr. č.5: Logo značky Geprüfte Qualität - Bayern.....	24
Obr. č.6: Logo značky Österreichische Qualität.....	25
Obr. č.7: Mapa farmářských trhů a obchodů v regionu Šumava	30
Obr. č.8: Mapa výdejních míst Scuk.cz v regionu Šumava.....	35
Obr. č.9: Mapa vymezeného regionu Šumava dle jednotlivých SO ORP	36
Obr. č.10: Mapa respondentů z regionu Šumava.....	49

Seznam grafů

Graf č.1: Podíl respondentů z jednotlivých SO ORP	50
Graf č.2: Vzdálenosti distribučních cest	54
Graf č.3: Prodej regionálních potravin v regionu Šumava.....	55
Graf č.4: Zájem turistů o regionální potraviny v regionu Šumava.....	58
Graf č.5: Podíl dotázaných producentů dle počtu zaměstnanců.....	59
Graf č.6: Původ surovin regionálních potravin v regionu Šumava	60

Seznam příloh

Příloha A: Oceněné produkty značkou Regionální potravina® z regionu Šumava v letech 2010 až 2021

Příloha B: Oceněné produkty značkou Šumava originální produkt® z regionu Šumava

Příloha C: Oceněné produkty značkou Chutná hezky. Jihočesky® z regionu Šumava za roky 2007 až 2021

Příloha D: Dotazník

Příloha A: Oceněné produkty značkou Regionální potravina ® z regionu Šumava
v letech 2010 až 2021

Výrobce	Produkt	SO ORP	Obec	Rok ocenění	Kategorie
Řeznictví a uzenářství Šnebergr	Lesní špek – Dřevorubecký bok speciál	Klatovy	Železná Ruda	2021	Masné výrobky trvanlivé, tepelně neopracované, konzervy a polokonzervy
Střední škola zemědělská a potravinářská, Klatovy	Klatovský pemík	Klatovy	Klatovy	2020	Cukrářské výrobky včetně cukrovinek
	Klatovský svatební koláč			2017	Pekařské výrobky včetně těstovin
	Klatovské duo řezy			2015	Cukrářské výrobky včetně cukrovinek
	Šumavský medový špalíček			2014	
	Pošumavské řezy			2013	
Zpracovna ryb Klatovy, a.s.	Tolstolobik uzený, porcovaný	Klatovy	Klatovy	2020, 2016, 2011	Ostatní
	Siven uzený s hlavou			2017, 2013	
	Kapr uzený, porcovaná			2012	
	Pstruh uzený, filet s kůží			2010	
Farma Na Losenici	Valentýn	Sušice	Rejstejn	2019	Sýry včetně tvarohu
Mgr. Jaroslava Frančíková	Hruška s medem	Klatovy	Nýrsko	2019	Ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracované formě
Jiří Studnička	Šnečí jatýrka	Klatovy	Strážov	2019	Ostatní
Farma Palvínov	Jahody s mátou - džem výběrový extra	Sušice	Palvínov	2018	Ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracované formě
Minimlékárna Joma	Kysané mléko	Klatovy	Janovice nad Úhlavou	2016, 2011	Mléčné výrobky ostatní
	Přírodní sýr			2015, 2011	Sýry včetně tvarohu
	Jogurt bílý			2012	Mléčné výrobky ostatní
	Šumaváček			2010	
Západočeské konzumní družstvo Sušice	Meruňkový terč	Sušice	Sušice	2016	Cukrářské výrobky včetně cukrovinek
	Oříškový rohlíček			2011	

Výrobce	Produkt	SO ORP	Obec	Rok ocenění	Kategorie
MASO WEST, s.r.o.	Brodská klobása	Klatovy	Klatovy	2015	Masné výrobky trvanlivé, tepelně neopracované, konzervy a polokonzervy
Pavel Štáhlich - Kolombina	Jahodová zmrzlina	Klatovy	Klatovy	2015	Ostatní
Drůbežářský závod Klatovy, a.s.	Kuřecí dětské párky bez e	Klatovy	Klatovy	2010	Masné výrobky tepelně opracované
Rodinná farma Výrov, s.r.o.	Kozí kefirové mléko	Prachatice	Výrov	2019	Mléčné výrobky ostatní
	Kozí jogurtové mléko - med			2018	
	Kozí gouda - zrající sýr			2017	Sýry včetně tvarohu
ZEFA Volary, s.r.o.	Zvěřinová klobása	Prachatice	Prachatice	2018	Masné výrobky trvanlivé, tepelně neopracované, konzervy a polokonzervy
	Volarská pečená šunka s kořením Dekor			2016	Masné výrobky tepelně opracované
	Volarský bok Dekor			2014	
	Volarská pikantní klobása			2013	Masné výrobky trvanlivé, tepelně neopracované, konzervy a polokonzervy
Karamelový sen, s.r.o.	Českokrumlovský karamel od Vaška - pampeliškový	Český Krumlov	Český Krumlov	2017	Ostatní
	Českokrumlovský karamel od Vaška - Evin mls			2016	
	Českokrumlovský karamel od Vaška			2014	
ANTONI CZ, s.r.o.	Salám lovecký	Český Krumlov	Dolní Třebonín	2016	Masné výrobky trvanlivé, tepelně neopracované, konzervy a polokonzervy
	Salám lovecký ANTONI			2012	

Výrobce	Produkt	SO ORP	Obec	Rok ocenění	Kategorie
Karel Gregora	Lhenická ovocná šťáva Jablko-Jahoda 100%	Prachatice	Lhenice	2016	Alkoholické a nealkoholické nápoje
	Lhenická ovocná šťáva Jablko-Rakytník			2012	
	Lhenická ovocná šťáva Jablko-Jahoda			2010	
Ladislav Hošna - Vlčí Jámy	Jogurt bílý - ječné perly, rozinky, skořice	Prachatice	Volary	2014	Mléčné výrobky ostatní
	Jogurt bílý s ovocnou složkou - višně			2012	
Pekařství NODES spol. s r.o.	Vločkové oválky	Český Krumlov	Český Krumlov	2013	Pekařské výrobky včetně těstovin
	Krumlovský koláč			2012	
Vladimír Cais	Boubín - žitno-pšeničný chléb bez éček	Prachatice	Vlachovo Březí	2010	Pekařské výrobky včetně těstovin

Zdroj: Regionální potravina (2015-2022b), Regionální potravina (2015-2022c),
zpracováno autorkou

Příloha B: Oceněné produkty značkou Šumava originální produkt ® z regionu Šumava

Výrobce	Produkt	SO ORP	Obec
Iveta Lahovcová	Křišťálová lízátka z Pošumaví	Vimperk	Žárovná
Hotel Maxant, s.r.o.	Frymburské marmelády	Český Krumlov	Frymburk
Eco Farm CZ, s.r.o.	Hovězí a telecí maso z podhůří Šumavy BIO & GRASS FED	Český Krumlov	Český Krumlov
Jaroslava Francíková	Marmelády s duší Pošumaví	Klatovy	Děpoltice
Rodinná farma Melcher	Máslo z rodinné farmy Melcher	Sušice	Červené Dvorce
	Biosýry z rodinné sýrárny Melcher		
Ing. Josef Kopačka	Šumavská zvěřina	Sušice	Petrovice u Sušice
Jiří Zelený	Uzenářské výrobky ze Šumavy	Sušice	Kolinec
	Hovězí maso		
Karamelový sen, s.r.o.	Českokrumlovský karamel od Vaška	Český Krumlov	Český Krumlov
KY.BY zahrada Chlumany	Bylinky z Chlumany	Prachatice	Chlumany
Řeznictví a uzenářství Šneberger	Železnorudské uzenářské výrobky	Klatovy	Železná Ruda
Hojdarovi, s.r.o., Šumavský pivovar	Vimperské pivo	Vimperk	Vimperk
Vyšebrodský minipivovar/pivovarská pivnice Pajzl u Jakuba	Pivo Jakub	Český Krumlov	Vyšší Brod
Café Charlotte	Dorty z Café Charlotte	Klatovy	Železná Ruda
BANDUR spol. s r.o.	Pouťové a ovocné koláče	Sušice	Sušice
	Rendlový tyčinky		
Minimlékárna Joma	Mléčné výrobky z minimlékárny JOMA	Klatovy	Janovice nad Úhlavou
Rodinné včelařství Ratajovi	Svíčky ze včelího vosku a medu	Český Krumlov	Malčice
ZEFA Volary, s.r.o.	Hovězí maso a masné výrobky z Jatek Volary	Prachatice	Prachatice
Michal Schützmeister	Med ze šumavských rýžovišť	Sušice	Sušice
Ječmínek, s.r.o.	Houby ze Šumavy a výrobky z nich	Sušice	Rejštejn

Zdroj: Asociace regionálních značek (2010-2022c), zpracováno autorkou

Příloha C: Oceněné produkty značkou Chutná hezky. Jihočesky® z regionu Šumava za roky 2007 až 2021

Výrobce	Produkt	SO ORP	Obec	Rok ocenění	Kategorie		
ANTONI CZ s.r.o.	Antoního medová šunka – zauzená	Český Krumlov	Dolní Třebonín	2021	Masné výrobky tepelně opracované, včetně uzených mas		
	Krumlovský špek			2011			
	Šunka staročeská s medem			2008			
	Klobása z hovězího masa			Český Krumlov	Dolní Třebonín	2021	Masné výrobky trvanlivé
	Klobása z hovězího masa					2016	
	Krumlovská sedlácká klobása					2013	
	Antoního uherská klobása s ořechy					2012	
	Klobása krumlovská mini					2010	
	Krumlovská šunka od kosti					2015	Mimořádné ocenění
Rodinná farma Výrov s.r.o.	Kozí jogurtové mléko	Prachatice	Husinec	2021	Mléčné výrobky ostatní		
	Kozí kefirové mléko			2019			
	Kozí jogurtové mléko med			2018			
	Kozí pastevecký sýr uzený			Prachatice	Husinec	2019	Sýry včetně tvarohu
	Kozí niva s modrou plísní					2018	
	Kozí gouda					2017	
	Kozí sýr přírodní					2016	
	Kravský pařený sýr přírodní					2015	
Pekařství Cais s.r.o.	Žitný chléb s medem 450 g	Prachatice	Vlachovo Březí	2021	Pekařské výrobky		
	Celozrný žitno-pšeničný chléb			2020			
	Chalupářský chléb			2018			
	Žitný chléb 500 g			2017			
	Boubín žitno-pšeničný chléb bez éček			2010			
	Kobliha s ovocnou náplní 60 g – jablečná			2021	Pekařské výrobky sladké		

Výrobce	Produkt	SO ORP	Obec	Rok ocenění	Kategorie
Karel Gregora	Lhenické ovocné pyré jablko/hruška 120 g	Prachatice	Lhenice	2021	Ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracované formě
	Lhenická ovocní šťáva jablko/meruňka 100 %			2020	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/hruška 100 %			2019	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/černý rybíz			2017	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/aronie 100 %			2016	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/brusinka			2015	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/červený rybíz			2014	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/zázvor			2013	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/rakytník			2012	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/víšeň			2011	
	Lhenická ovocná šťáva jablko/jahoda			2010	
	100% Lhenická jablečná šťáva			2009	
	Cider Bubák chmelený			2019	
	Karamelový sen s.r.o.			Českokrumlovský karamel od Vaška višňový	Český Krumlov
Českokrumlovský karamel od Vaška smrk		2020			
Českokrumlovský karamel od Vaška s levandulí		2019			
Českokrumlovský karamel od Vaška pampeliškový		2017			
Českokrumlovský karamel od Vaška Evin mls		2016			
Českokrumlovský karamel od Vaška kávový		2015			
Českokrumlovský karamel od Vaška		2014			
Brewery Český Krumlov s.r.o.	Krumlov IPL ARCHER 15 spodně kvašené silné pivo	Český Krumlov	Český Krumlov	2021	Pivo s výstavem do tis. hl/rok
	Krumlov 12 světlý ležák Premium			2020	

Výrobce	Produkt	SO ORP	Obec	Rok ocenění	Kategorie
ZEFA Volary s.r.o.	Jelení šunka	Prachatice	Prachatice	2020	Masné výrobky tepelně opracované, včetně uzených mas
	Šumavská sekaná se slaninou			2018	
	Volarská pečená šunka s kořením Dekor			2016	
	Volarský hovězí šál			2015	
	Volarský bok dekor			2014	
	Salám bizon			2020	Masné výrobky trvanlivé
	Jelení klobása			2016	
	Salám divočák			2013	
	Šumavská zvěřinová klobása			2010	
	Salám Šumavák			2009	
Pekárna Srnín	Chléb Dobrák	Český Krumlov	Srnín	2020	Pekařské výrobky
	Rustikální chléb			2018	
	Ruční kvasový chléb			2011	
	Srnínská bublina s makovou náplní			2019	Pekařské výrobky sladké
	Koláč s tvarohem a rybízem			2018	
	Jahodový dort – řez			2014	Cukrářské výrobky, včetně cukrovinek
	Řez borůvka			2013	
	Tvarohový rohlíček			2010	
Libor Lev	Sušená dýně	Český Krumlov	Brluh	2018	Ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracované formě
Pekařství NODES, spol. s r.o.	Vločkové oválky s klikvou	Český Krumlov	Český Krumlov	2016	Pekařské výrobky sladké
	Vločkové oválky			2013	
	Staročeský trdelník			2008	
	Kváskový chléb tmavý			2009	Pekařské výrobky
	Chléb NODES - ruční			2007	
Ladislav Hošna	Tvaroh termizovaný krém vanilka hruškovo-ječné chipsy	Prachatice	Volary	2015	Sýry, včetně tvarohu
	Tvaroh tučný			2013	
	Jogurt bílý – ječné perly, skořice, rozinky			2014	Mléčné výrobky ostatní
	Míluška zakysaný mléčný nápoj			2013	
	Jogurt bílý s ovocnou složkou višně, brusinka, hruška, jablko se skořicí			2012	
	Měkký plnotučný zrající sýr s bílou plísní na povrchu: hermelínový typ Vlčí Samet, ostřejší Gabreta			2011	

Výrobce	Produkt	SO ORP	Obec	Rok ocenění	Kategorie
Zemědělské zásobování a výkup Prachatice, a.s.	Šumavský chlebiček ovocný s celozrnnou moukou a přírodním cukrem	Prachatice	Prachatice	2015	Pekařské výrobky sladké
	Šumavské máslové sušenky s vanilkou a anýzem			2014	
	Chléb „Staročech“ bez éček, sypaný kmínem			2011	Pekařské výrobky
	Zelňák se škvarkami			2007	
Vimperská masna, a.s.	Šumavská pašerácká klobása	Vimperk	Vimperk	2014	Masné výrobky trvanlivé
	Pečeně ala losos			2008	
Mínipivovar Vyšší Brod	Jakub světlý ležák	Český Krumlov	Vyšší Brod	2014	Pivo s výtahem do 10 tis. hl/rok
Pivovar Glokner	Glok světlý ležák	Český Krumlov	Mírkovice	2014	Pivo s výtahem do 10 tis. hl./rok
DEZADO s.r.o.	Marcipánový dort s broskví a pudinkem	Český Krumlov	Český Krumlov	2009	Pekařské a cukrářské výrobky
Biofarma-Slunečná	Tvrký zrající sýr z kozího mléka	Prachatice	Želnavá	2009	Mléčné výrobky
Lahůdky u Cábů s.r.o.	Tvarohový Míša	Český Krumlov	Křemže	2009	Zvláštní cena poroty
Cukrárna U Soudu s.r.o.	Ovocný jogurtový dort	Český Krumlov	Český Krumlov	2008	Pekařské výrobky

Zdroj: Regionální agrární komora Jihočeského kraje (2022a), zpracováno autorkou

Příloha D: Dotazník

Produkce regionálních potravin v regionu Šumava

Tento dotazník poslouží jako průzkum pro mou bakalářskou práci na téma "Regionální potraviny a jejich podíl na prodeji v regionu Šumava".

1. Název Vaší farmy / firmy / jméno pod kterým podnikáte
.....
2. Jaké produkty jsou pro Vás stěžejní?
.....
3. Jaké možnosti prodeje Vašich produktů využíváte? (*více možností*)
 - Přímý prodej ze dvora
 - Vlastní e-shop
 - Vlastní prodejna (kamenná, pojízdná)
 - Specializovaná prodejna
 - Farmářský trh
 - Farmářský obchod
 - Internetový obchod
 - Bedýnkový prodej
 - Turistická centra / Infocentra
 - Jiné
4. Na jak vzdálená místa své produkty dovážíte?
 - Do 15 km
 - 16 – 30 km
 - 31 – 45 km
 - 46 – 60 km
 - Více než 60 km
5. Jakou část Vašich produktů prodáte v regionu Šumavy? (Region Šumavy chápejte jako ORP Klatovy, Sušice, Prachatice, Vimperk a Český Krumlov)
 - Do 20 %
 - 21 – 40 %
 - 41 – 60 %
 - 61 – 80 %
 - 81 – 100 %
6. Kolik činí Vaše měsíční produkce? Uveďte prosím v měrných jednotkách.
.....

7. Jste držitelem nějaké certifikace produktu/ů? Jaké? *(více možností)*
- Ne, nejsem držitelem certifikace produktu
 - Klasa
 - Regionální potravina
 - Šumava originální produkt
 - Český výrobek
 - Chráněné označení původu
 - Chráněné zeměpisné označení
 - Zaručená tradiční specialita
 - BIO
 - Jiné
8. Pokud ano, pociťujete změnu a pomoc v oblasti propagace a prodeje produktu/ů? *(více možností)*
- Větší zájem o produkt/y ze strany spotřebitelů
 - Větší zájem o produkt/y ze strany prodejců
 - Větší povědomí o Vaší farmě/firmě/osobě
 - Jiné
9. Mají o Vaše produkty zájem i turisté (tuzemští i zahraniční)?
- Ano
 - Ano, ale není nějak výrazný
 - Nesleduji to
 - Ne
10. Kolik zaměstnanců máte?
- Do 10
 - 11 – 20
 - 21 – 30
 - 31 – 40
 - 41 – 50
 - Více než 50
11. Odkud pochází suroviny pro výrobu Vašich produktů? (Region Šumavy chápejte jako ORP Klatovy, Sušice, Prachatice, Vimperk a Český Krumlov)
- Region Šumava
 - Česká republika
 - Evropa
 - Jiné

Abstrakt

Divišová, L. (2022). *Regionální potraviny a jejich podíl na prodeji v regionu Šumava* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

Klíčová slova: regionální potraviny, Šumava, farmáři

Tato bakalářská práce se zabývá regionálními potravinami, které jsou produkovány na území regionu Šumava. V teoretické části postupně rozebírá pojem „regionální potravina“, jak jsou regionální potraviny vnímány a charakterizovány. Dále jakými možnými způsoby prodeje lze regionální potraviny distribuovat. Zmíněny jsou i certifikace a značky na území regionu Šumavy, jejich popis, kritéria a jejich šumavští držitelé. Část je věnována i regionálním potravinám na německé a rakouské straně Šumavy. Praktická část je tvořena výsledky z dotazníkového šetření provedeného mezi šumavskými výrobci potravin v průběhu roku 2021. Šetření se zaměřovalo na samotné producenty, jejich produkty, způsoby prodeje, držitelství značek, velikost podniků dle počtu zaměstnanců, původ surovin, dovoz potravin a zájem o produkty ze strany spotřebitelů.

Abstract

Divišová, L. (2022). *Regional foods and their share in sales in the Šumava region* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

Key words: regional foods, Šumava, farmers

This bachelor thesis deals with regional foods that are produced in the Šumava region. The theoretical part gradually analyses the term „regional food“, how regional foods are perceived and characterised. Furthermore, which possible methods of sales can be used to distribute regional foods. Mentioned are also certifications and brands in the Šumava region, their description, criteria and their Šumava’s holders. The part is also applied to regional food on the German and Austrian side of the Šumava. The practical part consists of the results of the questionnaire research accomplished among Šumava foods producers during year 2021. The research focused on the producers themselves, their products, methods of sales, brand ownership, size of companies by number of employees, source of ingredients, foods imports and interest in products from consumers.