

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Význam regionálních potravin pro potravinovou
soběstačnost Česka na příkladu Plzeňského kraje**

**The importance of regional food for the food self-
sufficiency of Czechia on the example of the Pilsen
region**

Jan Chodora

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Význam regionálních potravin pro potravinovou soběstačnost Česka na příkladu Plzeňského kraje“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem RNDr. Davida Vogta, Ph. D. za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 24. dubna 2022

v. r. Jan Chodora

Poděkovat bych chtěl zejména vedoucímu práce RNDr. Davidu Vogtovi, Ph. D. za jeho odborné připomínky. Díky jeho konstruktivní kritice a věcným radám jsem mohl vypracovat tuto kvalifikační práci na téma: Význam regionálních potravin pro potravinovou soběstačnost Česka na příkladu Plzeňského kraje. Dále bych chtěl poděkovat svým přátelům za pomoc při dotazníkovém šetření.

Obsah

Úvod	9
1 Metodika práce	11
2 Zemědělské podmínky ČR	13
2.1 Klimatické podmínky	13
2.2 Půdní fond	14
2.3 Technologické podmínky	14
2.3.1 Chytré zemědělství	15
2.4 Problémy českého zemědělství	15
2.4.1 Sucho	16
2.4.2 Eroze půdy	16
2.4.3 Defragmentace zemědělských ploch	17
2.4.4 Nadměrné používání průmyslových hnojiv	18
2.4.5 Dotační politika.....	18
3 Zemědělské podmínky Plzeňského kraje.....	19
3.1 Zemědělská půda.....	20
3.2 Zemědělské subjekty	20
3.3 Zemědělské produkty	21
3.4 Problémy zemědělství v Plzeňském kraji	24
4 Potravinářský průmysl.....	25
4.1 Situace na trhu.....	25
4.2 Kvalita a zdravotní nezávadnost	26
5 Potravinová soběstačnost	27
5.1 Bilanční soběstačnost	28
5.2 Potravinová bezpečnost.....	28

5.3	Problémy potravinové soběstačnosti Česka	29
5.4	Soběstačnost ve výrobě potravin a nealkoholických nápojů.....	30
5.5	Soběstačnost ve výrobě alkoholických nápojů	32
6	Značka Regionální potravina	33
6.1	Benefity Regionálních potravin z pohledu zákazníka.....	33
6.2	Podmínky udělení ocenění Regionální potravina	34
6.3	Kategorizace Regionálních potravin	34
7	Regionální potraviny Plzeňského kraje	35
7.1	Pivovarnictví v Plzeňském kraji.....	36
8	Koronavirová krize.....	38
8.1	Omezení provozní doby prodejen	38
8.2	Omezená kapacita prodejen	38
8.3	Testování ve firmách.....	38
8.4	Růst cen.....	39
8.5	E-shopy	39
9	Zákazníci a etikety	42
10	Dotazníkové šetření.....	44
10.1	Cesta za nákupem potravin.....	45
10.2	Výběr prodejny s potravinami	47
10.3	Výběr potravin.....	48
10.3.1	Výběr potravin podle určených faktorů	48
10.3.2	Výběr potravin na základě původu	50
10.4	Změna chování zákazníků (a reakce výrobců) vlivem koronakrize	51
10.4.1	Cenová inflace	53
10.5	Piva oceněná značkou Regionální potravina v Plzeňském kraji	54
10.5.1	Dostupnost oceněných piv	54

10.5.2	Výsledky otázek zaměřených na sledovaná piva.....	55
10.5.3	Jaká piva respondenti kupují?.....	56
11	Návrh nástrojů pro zvýšení atraktivity regionálních potravin	58
11.1	Dostupnost.....	58
11.2	Štítky kvality	59
11.3	Cena.....	59
11.4	Regionalismus	60
11.5	Reklama.....	60
11.6	Reakce na změny chování vyvolané pandemií COVID-19.....	60
	Závěr	62
	Seznam použitých zdrojů	65
	Seznam tabulek	69
	Seznam obrázků	70
	Seznam použitých zkratk a značek.....	71
	Seznam příloh.....	72
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Pojmy jako potravinová soběstačnost nebo potravinová bezpečnost zaznívají stále více a více a tato témata se stále častěji dostávají i do politických cílů. S prolomením železné opony začala nová éra i co se týče zemědělské a potravinové produkce, která trvala přibližně 15 let. Vstupem do Evropské unie se český trh otevřel zahraničním a nadnárodním potravinovým producentům, kteří mnohdy svoje produkty prodávají za nižší ceny než tuzemští výrobci. Zdejší zemědělci se museli vypořádat s komunistickými zemědělskými strukturami a někdy až kontraproduktivními snahami o stoprocentní soběstačnost. Některé jednotlivé zemědělské plochy jsou velmi rozlehlé následkem kolektivizace realizované po roce 1948. Tyto plochy jsou náchylnější k vodní erozi a jsou poškozené masivním chemickým hnojením. Mezi momentální cíle směřování Česka a Evropské unie se řadí i prisuzování větší role malým rodinným farmám, které mají pomoci k dosažení vyšší konkurenceschopnosti a k zajištění hospodářského růstu zemědělství (ASZ ČR, 2021).

Štítek Regionální potravina označuje výrobky, které jsou zpracovány z regionálních nebo tuzemských surovin a musí projít kvalitativní soutěží (SZIF, 2021b). Regionální potraviny také tráví minimální časový interval na cestě mezi místem výroby a místem prodeje. Tyto produkty zahrnují také tradiční receptury z různých regionů a mohou se stát symbolem dané oblasti. Zakoupením Regionálních potravin podporujeme lokální malé producenty, kteří jsou zajisté důležitou součástí cesty za dosažením maximálně možné potravinové soběstačnosti České republiky.

Do případové studie byly vybrány potraviny, které spadají do skupiny Alkoholické a nealkoholické nápoje, a to konkrétně pivo. Pivo je jednou z hrstky potravin, ve které jsme již od založení samostatného státu více než soběstační. Plzeňský kraj a pivo je již vžité spojení a plzeňské pivo je jednak světovým fenoménem, ale také symbolem v srdcích lidí nejen v plzeňském regionu. Velkovýroba piva v Plzni ztrácí, stejně jako ostatní velkovýroby, řemeslný přístup k výrobě, a proto je zaměřeno pouze na 2 druhy piva, které získaly kvalitativní ocenění Regionální potravina.

Autor považuje regionální potraviny za základní kámen potravinové soběstačnosti. Malé a střední podniky dokáží produkovat kvalitní potraviny tradičními postupy a recepturami a svým působením přispívají k nabídce pracovních pozic a rozvoji

regionu. Některé produkty se stávají také vyhledávanými atraktivitami a doplňují tak nabídku turistických cílů jako například Frgál z Valašska, hanácké tvargle, nebo přímo z Plzeňského kraje Chodský koláč.

Mezi cíle této bakalářské práce je zařazeno posouzení stavu regionálních potravin a porovnání tohoto stavu mezi Plzeňským krajem a ostatními kraji Česka, zhodnocení významu regionálních potravin pro potravinovou soběstačnost Česka se zaměřením na Plzeňský kraj a porovnání situace před a po vypuknutí pandemie v roce 2020. Navržení možných způsobů zatraktivnění těchto potravin i v důsledku koronavirových změn je poslední cíl této bakalářské práce.

1 Metodika práce

Primární data byla získávána za pomoci dotazníkového šetření na téma vztah zákazníků k regionálním potravinám a změny chování při výběru a nakupování potravin, způsobené protiepidemickými opatřeními. Další primární data plynou z druhého dotazníkového šetření se zástupci pivovarů, jejichž výrobky nesou označení Regionální potravina. Jedná se o pivovar Bizon v Čižicích u Plzně a dobřanský Pivovar Modrá hvězda. Sekundární data byla čerpána z dostupné literatury na téma zemědělství, potravinářský průmysl a potravinová soběstačnost. Sekundární data byla také získávána z databázi Českého statistického úřadu, které nabízí data o zemědělské ploše, sklizni surovin a také soběstačnosti jednotlivých zemědělských produktů, která je určena poměrem tuzemské produkce a spotřeby. Případová studie je zaměřena na piva oceněná značkou kvality Regionální potravina a v tomto případě přináší zajímavá data pivní portál beerborec.cz, kde uživatelé z celé republiky zaznamenávají v průběhu času, jaké značky a druhy piva vypili, jaké množství vypili a kde se k nim dostali. Data z tohoto portálu mohou být zkusena uživatelskou základnou (momentálně je aktivních 472 uživatelů) a také jejich aktivitou a pravdivostí záznamů.

Respondenti prvního dotazníkového šetření byli oslovováni fyzicky a své odpovědi zaznamenávali do dotazníkových archů. Respondenty se stali zákazníci prodejen s potravinami v Plzeňském kraji. Dotazníkové šetření bylo prováděno pouze v době, kdy už pandemie probíhala. Do dotazníku byly zakomponovány otázky, které se týkaly i doby před pandemií, nebo jak pandemie změnila chování respondentů. Zde musí autor spoléhat na paměť respondentů a výstupy z těchto otázek mohou být do určité míry zkreslené.

Druhé dotazníkové šetření bylo zaměřeno na pohled ze strany producenta na označení kvality Regionální potravina. Osloveni byly zástupci pivovarů, jejichž produkty nesly v době šetření štítek Regionální potravina. Dotazníkový arch byl zaslán pomocí emailu v elektronické podobě. Dotazník obsahoval otázky týkající se vlivu štítku na produkci a marketing produktu, rozdíl mezi oceněnými a neoceněnými produkty, negativní a pozitivní vlivy pandemie COVID-19, nebo jak důležitý je faktor v podobě Plzeňského Prazdroje. Data vycházející z otázek zaměřených na rozdíly mezi dobou před vypuknutím pandemie a dobou v pandemii mají větší vypovídající hodnotu než údaje od

zákazníků, protože pivovary mají podklady, o které se mohou opřít. Může se jednat o záznamy tržeb, množství vařeného piva, náklady na produkci a marketing a tak dále.

Výsledky dotazníkových šetření byly porovnány mezi sebou a poté byl vyhodnocen přínos označení kvality potravin. Byla vyhodnocena změna chování respondentů při nakupování potravin vlivem pandemie a reakce pivovarů na vzniklou situaci a změnu chování zákazníků. Výstupy z dotazníkových šetření byly také porovnány s poznatky rešerše teoretické literatury a studií, které se zabývaly významem potravinových štítků kvality v českém prostředí.

Na základě všech výsledků a poznatků byl zhodnocen význam regionálních potravin v rámci potravinové soběstačnosti Česka a byly navrženy nástroje na zatraktivnění těchto potravin a na vyrovnání negativních vlivů způsobených pandemií COVID-19, které plynou z výsledků obou dotazníkových šetření.

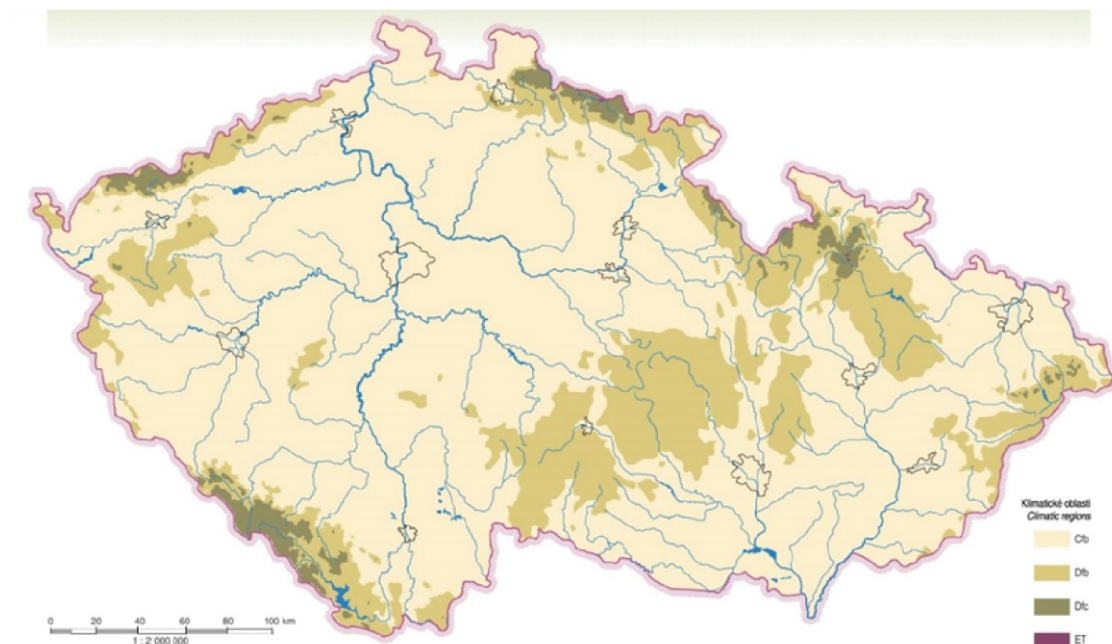
2 Zemědělské podmínky ČR

Potraviny, které získaly ocenění Regionální potravina, musí být z většinového podílu vyrobené z regionálních nebo českých surovin (SZIF, 2021b). Z tohoto důvodu záleží na českém zemědělství, co dokáže vyprodukovat.

2.1 Klimatické podmínky

Köppenova klasifikace klimatu rozlišuje v Česku 4 různé oblasti. Největší plochu řadíme pod mírnou oceánskou oblast. Toto klima se nachází v nižších a středních polohách. Nejchladnější měsíc v této oblasti má průměrnou teplotu nad 0 °C, ale průměrné teploty všech měsíců nepřekračují 22 stupňů Celsia. Vlhké kontinentální podnebí s teplým létem nalezneme již ve vyšších polohách, kde nejméně 4 měsíce mají průměrnou teplotu pod 10 °C. Horské oblasti řadíme k subarktickým oblastem. V těchto oblastech jsou 2-3 měsíce s průměrnými teplotami přesahujícími 10 stupňů Celsia. Nejvyšší polohy mají klima tunder s průměrnými teplotami v nejteplejším měsíci mezi 0 a 10 °C. Tyto oblasti jsou pouze v Krkonoších a Hrubém Jeseníku (Tolasz, Míková, Valeriánová, & Voženílek, 2007).

Obr. 1: Klimatické oblasti podle Köppenovy klasifikace v ČR



Zdroj: Tolasz, Míková, Valeriánová, & Voženílek (2007)

2.2 Půdní fond

Kvalita půd je jedním z ukazatelů ekonomického a ekologického potenciálu území. Následovné využití krajiny je pak výsledkem spolupráce přírody a lidského společenství. Zemědělství se musí přizpůsobovat přírodním podmínkám. To zapříčiňuje útlum zemědělských činností ve vyšších polohách Česka a naopak rozvoj těchto aktivit v nížinách a mírných pahorkatinách. Jedná se hlavně o rostlinnou výrobu, kdy se nerentabilní orné plochy ve vyšších polohách přeměňují na louky a pastviny (Götz & Novotná, 1996). Jedním z přírodních lokalizačních faktorů zemědělství je právě půda. Zemědělce zajímá druh půdy, typ půdy a hloubka půdního profilu a z těchto informací pak odvozují její úrodnost. Úrodnost a vláhově energetická bilance území definují skladbu pěstovaných plodin a rozmístění lesů a zástavby (Kolejka, 2013). Více než polovinu území Česka označujeme jako zemědělský půdní fond. Zhruba třetinu plochy ČR a značnou část půdního fondu pokrývají lesy. Rozloha zemědělských ploch spíše stagnuje (Bičík & Jančák, 2005). Více je tato problematika rozebrána v kapitole věnované problémům zemědělství. Převládajícím půdním typem v Česku jsou kambizemě. V nejúrodnějších oblastech (Polabí, Hornomoravský a Dolnomoravský úval) nalezneme černozemě, černice a šedozemě, které jsou ohraničené luvizeměmi a hnědozeměmi. V horských oblastech se nacházejí podzoly a kryptopodzoly (Ministerstvo životního prostředí, 2020).

2.3 Technologické podmínky

Díky inovacím, zapojením technických prostředků a moderních postupů v zemědělství stoupá efektivita a klesá zaměstnanost v zemědělství, lesnictví a rybářství. V těchto odvětvích bylo zaměstnáváno v roce 2021 129 800 ekonomicky aktivních osob na území celé republiky. V Plzeňském kraji bylo zaměstnáno v těchto odvětvích 9000 zaměstnanců (ČSÚ, 2022b). Čeští zemědělci používají také celou řadu hnojiv, a to ve formě minerálních, statkových, organických a organominerálních hnojiv. Nejvíce se používají statková hnojiva. Největší spotřebu na jeden hektar má hnůj, kterého se spotřebuje ročně 2 706 kg. Z minerálních (neboli průmyslových) hnojiv se nejvíce používají dusíkatá hnojiva (ČSÚ, 2022b). Šlechtění zemědělských plodin slouží ke zlepšení odolnosti a zvýšení výnosů. Mechanizace některých úkonů šetří zemědělcům čas, který mohou využít k jiným úkonům. Dnešní zemědělci využívají traktory, sklizňové stroje, secí stroje, postřikovací stroje a mnoho dalších.

2.3.1 Chytré zemědělství

Stále více se skloňuje slovo „chytrý“ s různými odvětvími lidské činnosti v souvislosti s životním prostředím. Objevují se chytrá města s využitím moderních technologií k regulaci odpadů, MHD a tak podobně a ve stejném duchu vznikají i chytré farmy. V Česku využívá moderní technologie 8 z 10 zemědělských subjektů. Nejčastěji se jedná o mapové systémy nebo navigace (Česká spořitelna a.s., 2020). Do robotizace nebo digitalizace investují jen dva z deseti. S využitím dnešních technologií lze analyzovat data o rostlinách a půdách, a díky tomu rozhodnout, jak v dané oblasti co nejefektivněji hospodařit. V zemědělství se také můžeme setkat s využitím dronů pro mapování pozemků a k analýze jejich stavu, s IoT senzory, které jsou schopny zachytit různá data o pěstování, nebo s umělou inteligencí, která dokáže obsloužit dobytek (Česká spořitelna a.s., 2020). Senzory kontrolující zdravotní stav krav jsou schopné poslat farmáři zprávu o stavu jednotlivého kusu dobytka, a tím lze snížit úhyn dobytka a produkce mléka tak může vzrůst až o 10 %. GPS naplňuje ideální cestu traktoru na poli a snižuje tím riziko erozí a náklady na provoz traktoru. S umělou inteligencí jsme schopni zajistit dobytku automatické krmné boxy, automatické dojičky a manipulaci s výkaly. V Česku nalezneme několik firem, které se zajímají o problematiku precizního zemědělství. Firma CleverFarm vyvíjí mapové softwary k analýze zemědělských ploch. Základní aplikace CleverFarm vede evidenci o setí, ochraně rostlin, hnojení, nebo získává data o předpovědi počasí z nejbližší meteorologické stanice. Tato základní aplikace je zcela zdarma (Česká spořitelna a.s., 2018). Projekt zabývající se také nasazováním moderních technologií do českého a slovenského zemědělství je AgriHub CZ&SK. Hlavním cílem je zlepšovat a navazovat komunikaci mezi různými aktéry (zemědělci, vývojáři, odběratelé, ...), kteří zasahují do vývoje a udržitelnosti českého zemědělství, a posunout české zemědělství k SmartFarming 4.0. (Plan4all z.s., 2021).

2.4 Problémy českého zemědělství

Stejně jako všechna odvětví hospodářství čelí i zemědělství různým negativním vlivům a také samo některé vytváří. Efektivita zemědělství zajisté záleží na klimatických podmínkách a aktuálním počasí. Hrozbu představují živelné pohromy jako povodně, sucha nebo silný vítr, který může polámat vysoké rostliny. Samo zemědělství vnáší do životního prostředí celou řadu chemických hnojiv, která snižují ekologickou kvalitu půd

a která se dostávají do podzemních vod. Problémů zemědělství je samozřejmě více, ale zde jsou vybrány ty nejstěžejnější.

2.4.1 Sucho

Suchá období neprovází Česko pouze poslední roky, ale suché epizody na území českých zemí zahrnovaly už například rok 1121. Podle Kosmovy kroniky (Žalud, Trnka, & Hlavinka, 2020) usychaly plodiny přímo na poli. Před rokem 1500 se v dochovaných pramenech vyskytují zmínky o celkem třiceti šesti suchých letech. Jenom během šestnáctého století bylo evidováno 5 období sucha. Avšak v novém tisíciletí považujeme za suché roky 2000, 2003, 2007, 2012, 2015 a 2018. Jedná se tedy o 6 suchých roků za 20 let. Nejen že se zvyšuje periodičita sucha, ale zvyšuje se také jeho intenzita a plošný rozsah (Žalud, Trnka, & Hlavinka, 2020). Roky bohatší na srážky již nestíhají dostatečně eliminovat důsledky suchých epizod a problémy se tak stále kumulují. Mezi tyto problémy patří pokles podzemních vod a také snižování vlhkosti půd. Příčinou zvyšujících se počtů a intenzity suchých období je zajisté změna klimatu a s tím související zvýšený výskyt extrémních projevů počasí. Příkladem může být rok 2018, kdy střední Evropu zasáhl příliv tropického počasí a počet tropických dní se v Česku zvedl vysoko nad průměr. Zvyšuje se i teplota vzduchu a v zimních měsících ubývá dní s teplotou pod bodem mrazu. V šedesátých letech to bylo okolo čtyřiceti ledových dnů, zatímco dnes se pohybujeme okolo hodnoty 15. K oteplování přispívá také skleníkový efekt atmosféry (Žalud, Trnka, & Hlavinka, 2020). Vývojových scénářů existuje pro 21. století hned několik. Jeden z nich představuje Ústav výzkumu globální změny AV ČR (2022). České zemědělství se musí na změny patřičně adaptovat, a to různými prostředky. Mezi nástroje adaptace patří například změna skladby plodin na polích, pozemkové úpravy, nebo efektivní využívání půdní vláhy.

2.4.2 Eroze půdy

Zemědělská činnost působí různými faktory na krajinu a je jedním z krajinotvorných činitelů (Kolejka, 2013). Právě zemědělská činnost je jedním z faktorů, které ovlivňují riziko vodní a větrné eroze. Vítr nebo voda odnáší jemné částice z povrchu půdy, které jsou obnažené nebo nechráněné, a tyto částice ukládá na jiných místech. Můžeme vyjmenovat hned několik zemědělských aktivit, které riziko erozí zvyšují. Pěstování plodin na pozemcích s velkou sklonitostí je jednou z nich. V České republice se vodní

eroze projevuje už na plochách se sklonem 7-12°. Nepřispívá k tomu ani již výše zmíněné sucho, kvůli kterému se půdy stávají prашnějšimi a vyschlými. I nevhodné používání těžkých zemědělských strojů nebo nevhodné umístění a udržování polních cest může vést ke zvýšení rizika eroze půdy. I větrná eroze je hrozbou pro české zemědělství a tímto typem eroze je zasaženo až 20 % zemědělské půdy. Jedná se hlavně o rozlehlější plochy bez větších překážek (Götz & Novotná, 1996).

2.4.3 Defragmentace zemědělských ploch

Poválečná změna v oblasti hospodaření a scelování pozemků přispěla vysokou měrou k degradačním procesům zemědělské půdy. Velké plochy jsou náchylnější k erozním procesům a ztrácejí v nezanedbatelné míře schopnost zadržovat vodu. Byly zpřetrhány vazby mezi vlastníkem a půdou, které byly důležité pro kvalitu a udržitelnost zemědělských pozemků (Žalud, Trnka, & Hlavinka, 2020). Ke zlepšení kvality půd se zavádějí opatření, které shrnuje pojem meliorace. Pod tento pojem se schovávají procesy jako tvorba závlah, protierozní ochrana, nebo úprava nevhodné půdní reakce (Žalud, Trnka, & Hlavinka, 2020). Dalším negativním trendem v oblasti fragmentace krajiny je zábor zemědělské půdy k jiným účelům. Tento trend dokazuje i následující tabulka č. 1, kde se od roku 2000 do roku 2020 snižuje rozloha zemědělské půdy, na kterou navazuje i snižování plochy orné půdy. Za 20 let jsme v Česku přišli o téměř 80 tisíc hektarů zemědělské půdy a změnila se také rozloha orné půdy (o 150 tisíc hektarů méně), což dokazuje i tabulka číslo 1. Na této ploše, která zmizela, jsme mohli za jeden rok vypěstovat například 915 000 tun obilovin nebo 4 410 000 tun brambor. Tato čísla jsou pouze orientační, protože jsou počítána z průměrných výnosů sklizně (ČSÚ, 2022b). Důvodů k přeměně využití jednotlivých ploch je hned několik. Před rokem 1989 se pěstovaly plodiny i na neudržitelných plochách, na které plynuly vyšší dotace než na úrodnější plochy. Tyto plochy byly převedeny na pastviny. Některé zemědělské plochy ustupují ve prospěch rozrůstající se zástavby nebo rozšiřující se dopravní infrastruktury (Bičík & Jančák, 2005).

Tab. 1: Plocha zemědělské a orné půdy ve vybraných letech v České republice

Půda (ha)	2000	2005	2010	2015	2020
Zemědělská půda	4 279 876	4 259 481	4 233 501	4 211 934,8	4 200 203,6
Orná půda	3 082 383	3 047 250	3 008 090	2 971 956,7	2 931 713,2

Zdroj: ČSÚ (2022b)

2.4.4 Nadměrné používání průmyslových hnojiv

Mezi negativní vlivy způsobené zemědělstvím patří i nadměrné používání chemických hnojiv a pesticidů. V 80. letech minulého století jsme se v používání těchto látek řadili na šesté místo v Evropě. Používání těchto látek se velmi snížilo a stále se snižuje. Přesto ale přináší negativní zásahy do krajiny. Splachem z polí se dostávají do vodních toků a ploch, kde zapříčiňují nadměrný růst sinic a řas, které vyčerpávají kyslík pro ostatní vodní živočichy. Používáním pesticidů a herbicidů sice chráníme pěstované rostliny, ale vypouštíme si dobrovolně do půdy cizorodé látky, které způsobují snižování obsahu organické složky v půdách a také přispívají k další degradaci půdy. Znečištění okolní krajiny má na svědomí i živočišná výroba, která je zdrojem bakteriálního znečištění. Příčinou je nedokonalé zacházení s výkaly zvířat (Götz & Novotná, 1996).

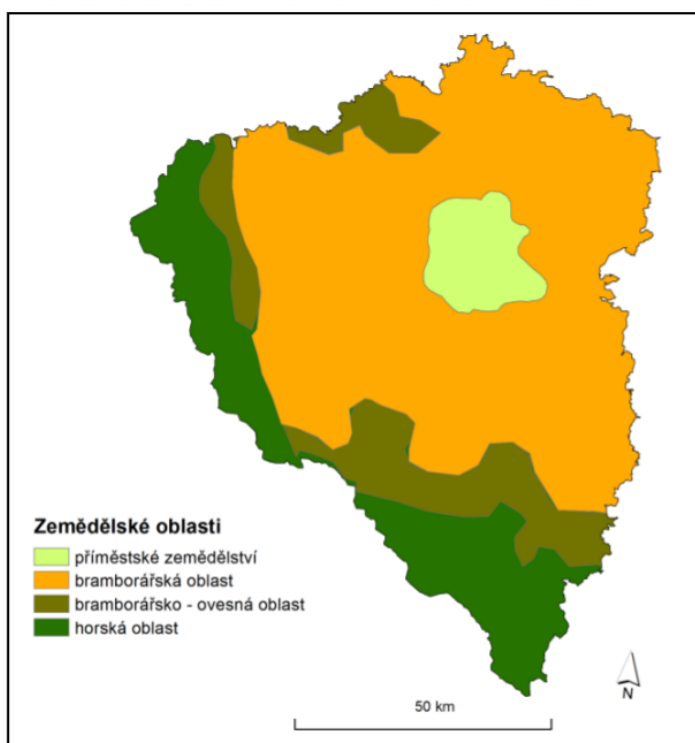
2.4.5 Dotační politika

Do zemědělství proudí zajisté velké množství finančních prostředků, ale proudí opravdu tam, kde je jich potřeba? Dotace mnohdy spíše určují, co a kde se bude pěstovat. Zemědělci se musejí přizpůsobovat dotačním podmínkám, a tak začínají upadat některá odvětví jako pěstování ovoce a zeleniny nebo živočišná výroba, na které jdou podle viceprezidenta Agrární komory ČR pana Ing. Josefa Kubiše nedostatečné dotace. Pokud zůstane dotační politika beze změny, mohou náročnější a nákladnější odvětví zemědělské produkce zcela zaniknout a čeští zemědělci budou produkovat pouze úzkou škálu surovin (Kubiš, 2018). Dle Valenové (2012), která se ve své diplomové práci zabývá důsledky dotační politiky EU na efektivnost českého zemědělského podniku, by se český stát měl zaměřit spíše na malé zemědělce, kteří se mimo jiné starají také o potravinovou soběstačnost v daném regionu. Valenová (2012) také upozorňuje na podporu zemědělských podniků zabývajících se výrobou energie na úkor klasického zemědělství.

3 Zemědělské podmínky Plzeňského kraje

Na charakteru zemědělství se podílí hned několik dílčích faktorů. Většina území spadá pod mírně teplou a teplou klimatickou oblast. Okrajové části, zejména na Šumavě a v Českém lese, se nacházejí v oblastech chladných a velmi chladných. Šumavská oblast je srážkově bohatá. Naopak severní části jsou na srážky chudé. Valnou většinu území pokrývají kambizemě (nejčastější půdy ČR) a horské oblasti jsou pokryty podzoly. Severně od Plzně se vyskytují také menší oblasti s luvizeměmi a jižně od Plzně jsou oblasti s pseudogleji. Zemědělství můžeme rozdělit do pěti výrobních oblastí (kukuřičná, řepařská, bramborářská, bramborářsko-ovesná, horská). V Plzeňském kraji se nachází 3 výrobní oblasti, viz obrázek 2. V horských oblastech je horská výrobní oblast. V centrální části nalezneme bramborářskou oblast a přechodem mezi těmito oblastmi je bramborářsko-ovesná oblast. V okrajových částech města Plzně a jeho blízkém okolí je příměstské zemědělství (Novotná, 2014).

Obr. 2: Zemědělské výrobní oblasti Plzeňského kraje



Zdroj: Novotná, (2014, s. 35)

3.1 Zemědělská půda

Plzeňský kraj se řadí k podprůměrným co se týče podílu zemědělské půdy. Jedná se o 49,28 % plochy celého kraje (ČSÚ, 2021e). Zemědělská plocha Česka tvoří 53,25 % z celkové rozlohy státu (ČSÚ, 2021d). Podíl zornění se také dostává k podprůměrným, kdy z celkové plochy zemědělské půdy je na území kraje zorněno pouze 66,34 % (ČSÚ, 2021e). V ČR je zorněno 69,8 % zemědělské půdy (ČSÚ, 2021d).

Tab. 2: Využití zemědělské půdy v Plzeňském kraji v roce 2020

Zemědělská půda	Výměra v ha	Podíl (%)
Zemědělská půda celkem	376 919	100
Orná půda	250 064	66,34
Zahrady	12 058	3,2
Ovocné sady	1 685	0,45
Trvalé travní porosty	113 112	30,01

Zdroj: ČSÚ (2021e)

3.2 Zemědělské subjekty

Na území Plzeňského kraje působilo v roce 2020 2079 zemědělských subjektů, které spravují zemědělskou půdu o rozloze 322 867 ha a ve kterých pracovalo celkem 12 024 pracujících. Fyzické osoby vlastní z této rozlohy plochu 94 664,14 ha a právnické osoby vlastní území o rozloze 228 202,86 ha, což zaujímá zhruba 2/3 plochy (viz tab. 3).

Tab. 3: Zemědělské subjekty podle právní formy v roce 2020

Plzeňský kraj	Celkem	Fyzické osoby	Právnické osoby
Zemědělské subjekty	2 079	1 720	359
Zemědělská půda (ha)	322 867	94 664,14	228 202,86
Podíl zemědělské půdy ve vlastnictví (%)	100	29,32	70,68

Zdroj: ČSÚ (2021b)

Ekologičtí zemědělci mají ve svém vlastnictví půdu o rozloze 68 936,72 ha. Fyzické osoby vlastní podíl této půdy o rozloze 29 550,92 ha a právnické osoby vlastní pozemky o rozloze 39 385,8 ha. Zemědělských subjektů řadících se k ekologickému zemědělství je v Plzeňském kraji 600. Ekologičtí zemědělci obhospodařují přibližně 4,6krát menší plochu než ostatní zemědělci (ČSÚ, 2021b).

Tab. 4: Zemědělské subjekty v ekologickém zemědělství podle právní formy v roce 2020

Plzeňský kraj	Celkem	Fyzické osoby	Právnícké osoby
Zemědělské subjekty	600	488	112
Zemědělská půda (ha)	68 936,72	29 550,92	39 385,80
Podíl zemědělské půdy ve vlastnictví (%)	100	42,87	57,13

Zdroj: ČSÚ (2021b)

Tab. 5: Využití orné půdy v ekologickém zemědělství v Plzeňském kraji v roce 2020

Využití půdy	Rozloha (ha)	Podíl (%)
Orná půda celkem	16 455,96	100
Obiloviny	8 829,04	53,66
Luskoviny na zrno	1 033,63	6,22
Brambory	26,58	0,17
Technické plodiny	1 587,8	9,66
Plodiny sklizené na zeleno	4 712,33	28,65
Zelenina	17,7	0,12
Ostatní plodiny	248,88	1,52

Zdroj: ČSÚ (2021b)

3.3 Zemědělské produkty

Skladba plodin, které se pěstují na území Plzeňského kraje, souvisí s charakterem zemědělských podmínek a zemědělských výrobních oblastí. Nejvíce tu se sklídí kukuřice určené na zelené krmení a k siláži, druhé se umístily píce rostoucí na orné půdě a jako třetí se nejvíce sklízí pšenice (viz tab. 6). Plzeňský kraj měl ke dni 30.9.2021 590 250 obyvatel. Co se týče zemědělských produktů k výrobě piva, tak ve sklizni ječmene se Plzeňský kraj řadí k lehce nadprůměrným krajům s 8% podílem na sklizni Česka. Největším producentem ječmene je v ČR Středočeský kraj (ČSÚ, 2022b).

Tab. 6: Sklizeň zemědělských produktů v tunách v Plzeňském kraji za rok 2020

Zemědělské produkty	Sklizeň (t)	Sklizeň na obyvatele (t/obyv.)	Sklizeň na plochu (t/km ²)
Pšenice	368 178,3	0,624	48,134
Žito	16 314,9	0,028	2,133
Ječmen	143 065,7	0,242	18,704
Luskoviny	6 694,9	0,011	0,875
Brambory	35 949,4	0,061	4,700
Řepka	104 708,1	0,177	13,689
Pícniny na orné půdě – seno	568 107,5	0,962	74,272
Kukuřice na zeleno a na siláž	951 648,3	1,612	124,415

Zdroj: ČSÚ (2022b)

Sklizeň ovoce je z hlediska nasycení poptávky v Plzeňském kraji naprosto nedostatečná. Republikový průměr spotřeby ovoce mírného pásu na jednoho obyvatele byl za rok 2020 49,3 kg (ČSÚ, 2021c). V Plzeňském kraji se ve stejném roce na jednoho obyvatele sklídilo jen 6,5 kg ovoce mírného pásu. Nejvíce tun bylo v roce 2020 sklizeno jablek. Sklizeň na jednoho obyvatele kraje činila 5,8138 kg (ČSÚ, 2022b), zatímco republikový průměr spotřeby na jednoho obyvatele za rok byl v roce 2020 24,6 kg (ČSÚ, 2022c). Podobně jsou na tom i jiné druhy ovoce. Důvodem nejspíše budou klimatické podmínky, které nejsou pro větší produkci ovoce vhodné.

Tab. 7: Sklizeň ovoce v Plzeňském kraji za rok 2020

Druh ovoce	Sklizeň(t)	Sklizeň na obyvatele (kg/obyv.)	Sklizeň na plochu (kg/km ²)
Jablka	3 431,6	5,8138	448,634
Hrušky (údaj za rok 2017)	57,9	0,0980	7,570
Broskve	0,8	0,0014	0,105
Meruňky	5,1	0,0086	0,667
Švestky pravé a pološvestky	292,3	0,4952	38,214
Slívy, renklódy, mirabelky	27,1	0,0459	3,543
Třešně	22,9	0,0388	2,994
Višně	34,9	0,0591	4,563
Rybíz	6,2	0,0105	0,812
Angrešt	0,1	0,0002	0,013
Vlašské ořechy	2,1	0,0036	0,275

Zdroj: ČSÚ (2022b)

V Plzeňském kraji se nejhojněji chová drůbež s více než milionem kusů. Drůbež je oproti jiným hospodářským zvířatům méně náročná na plochu určenou pro chov a také na krmivo připadající na jeden kus, proto se zde nachází 7x více kusů než u druhého skotu (ČSÚ, 2021b).

Tab. 8: Stavby hospodářských zvířat na území Plzeňského kraje ke dni 1.4.2021

Hospodářské zvíře	Počet kusů
Koně	2 155
Skot	161 357
Prasata	106 914
Ovce	13 973
Kozy	1 410
Drůbež	1 169 667

Zdroj: ČSÚ (2021b)

S výše vyobrazenými statistickými daty o stavech hospodářských zvířat na území Plzeňského kraje koresponduje živočišná výroba, která se zabývá zpracováním masa, mléka a vajec. Republiková spotřeba mléka na jednoho obyvatele byla za rok 2020 254,9 litrů (ČSÚ, 2021c). V Plzeňském kraji se na jednoho obyvatele vyrobí více než dvojnásobek, a to 593,9 litrů. V produkci vajec je Plzeňský kraj také více než soběstačný, protože vyprodukuje 323,5 kusů na jednoho obyvatele (ČSÚ, 2022b), zatímco průměrná republiková spotřeba je přibližně 250 kusů na obyvatele za rok (ČSÚ, 2021c).

Tab. 9: Živočišná výroba v Plzeňském kraji v roce 2020

Živočišná výroba	Jednotky	Množství	Množství na 1 obyvatele
Výroba jatečného skotu	Tuna živé hmotnosti	18 161,6	30,769 kg/obyv.
Výroba jatečných prasat	Tuna živé hmotnosti	22 080,7	37,409 kg/obyv.
Výroba jatečné drůbeže	Tuna živé hmotnosti	25 767	43,654 kg/obyv.
Výroba mléka	Tisíc litrů	350 541,1	593,886 l/obyv.
Snáška konzumních vajec	Tisíc kusů	190 992,4	323,46 ks/obyv.

Zdroj: ČSÚ (2022b)

Můžeme si všimnout rozdílu mezi tabulkami číslo 9 a 10, který určuje podíl hmotnosti masa z živé hmotnosti jatečných zvířat. U skotu tvoří maso kolem 40 % z živé váhy. Vepřové maso tvoří polovinu z živé hmotnosti jatečných prasat. Živočišná výroba spíše

stagnuje a nepokryje tak spotřebu obyvatel Česka. Spotřeba vepřového je na jednoho obyvatele v Česku za rok 2020 43,4 kg (ČSÚ, 2021c) a množství produkovaného masa v Plzeňském kraji je jen 19,2 kg na jednoho obyvatele (ČSÚ, 2022b). Výjimkou je hovězí maso, jehož spotřeba byla za rok 2020 8,8 kg na jednoho obyvatele republiky (ČSÚ, 2021c) a produkce v Plzeňském kraji činila 12,9 kg (ČSÚ, 2022b) a tak by měla více než dostatečně pokrývat spotřebu v Plzeňském kraji.

Tab. 10: Výroba masa v Plzeňském kraji v roce 2020

Druh zvířete	Počet poražených kusů	Množství masa (t)	Množství na 1 obyvatele (kg)
Skot	24 789	7 621,1	12,9116
Prasata	119 939	11 361,3	19,2483
Ovce	618	11,2	0,019
Kozy	.	0,1	0,0001
Koně	.	1,6	0,0027

Zdroj: ČSÚ (2022b)

S těmito surovinami můžou pracovat výrobci usilující o udělení ocenění a štítku Regionální potravina pro své produkty. Ocenění mohou získat výrobci, kteří využívají české suroviny s důrazem na lokální zdroje (SZIF, 2021b).

3.4 Problémy zemědělství v Plzeňském kraji

Extrémní srážky jsou příčinou záplav a vodní eroze půdy. Na území Plzeňského kraje bylo naměřeno historické maximum srážek za 1 hodinu (25. 5. 1872 v Mladoticích). Extrémní srážky ohrožují celé území kraje bez ohledu na nadmořskou výšku. Důležitá je proto prevence vzniku škod způsobených tímto jevem. Vyšší riziko eroze půdy je v oblastech s větším podílem orné půdy, jako je například jižní Plzeňsko, Nýřansko nebo Kralovicko. Takto se smývají cizorodé látky (dusík a fosfor) do vodního prostředí. Jedná se zejména o povodí dolní Mže a Úhlavy. Plzeňský kraj je také ohrožen suchem, a to zejména jeho střední a severovýchodní část (Kopp, 2014).

4 Potravinářský průmysl

Podle klasifikace CZ-NACE se v Plzeňském kraji nachází 6 podniků, které se zabývají potravinářskou výrobou, a 4 podniky, které vyrábí nápoje. Jedná se pouze o podniky zaměstnávající více než 100 zaměstnanců a o podniky se sídlem na území Plzeňského kraje. Ve výrobě potravin pracovalo v roce 2020 1 280 lidí s průměrnou měsíční mzdou 37 034 korun. V podnicích produkujících nápoje bylo zaměstnáno 2 747 osob a jejich průměrná mzda dosahovala 54 951 korun, což je rozdíl téměř 18 tisíc měsíčně (ČSÚ, 2021e). Tabulka číslo 11 zobrazuje počet živností v oborech týkajících se potravinářského průmyslu.

Tab. 11: Počet živností dle vybraných oborů v Plzeňském kraji v prvním čtvrtletí roku 2022

Vybrané obory	Počet živností
Mlékárenství	28
Mlynářství	15
Řeznictví a uzenářství	454
Pekařství a cukrářství	672
Přívodnictví a sladovnictví	75
Řeznictví a uzenářství	454

Zdroj: Ministerstvo průmyslu a obchodu (2022)

4.1 Situace na trhu

Plzeňský trh je součástí toho českého, ve kterém jsou jednotlivé regiony bez obchodních překážek provázány nejen mezi sebou, ale také s regiony ze zóny volného obchodu v rámci Evropské unie. Proto podniky z Plzeňského kraje prodávají své produkty také mimo regionální trhy a plzeňské potraviny a nápoje se tak dostávají do zahraničí. Ostatně piva z Plzeňského Prazdroje se neprodávají jen na unijním trhu a Prazdroj se objevuje na jihoamerickém (Generální konzulát České republiky v Sao Paulu, 2019) či asijském trhu (Kučera, 2019). Regionální podniky nebojují jen s českými potravinami, ale i s těmi zahraničními, kterým se navíc odstranily některé obchodní bariéry, jako jsou cla. Podniky z Plzeňského kraje by tak měly produkovat výrobky, které zákazníci

osloví jednak kvalitou a jednak svojí čerstvostí, kterou potraviny importované ze zahraničí ztrácejí. Podle Puticové & Mezery (2011) český potravinářský průmysl spíše stagnoval, ale z hlediska konkurenceschopnosti jsme se stále nenacházeli v kritické situaci. Autoři nabízejí hned několik aktivit, díky kterým by se dala posílit konkurenceschopnost českých potravinářských podniků. Jednou z nich je zesílený a cílený marketing. Problémy mají čeští producenti právě na domácím trhu, a proto se autoři odkazují na posílení marketingu, který by byl cílený na tuzemské zákazníky.

4.2 Kvalita a zdravotní nezávadnost

Na výrobu potravin a nápojů se vztahují různá pravidla, která musí být dodržena za každých okolností. Potraviny a nápoje jsou každodenně konzumovány, a proto nesmí poškodit zdraví spotřebitele. Hygienické zásady jsou shrnuty v Nařízení Evropského parlamentu a rady (ES) č. 852/2004, které popisuje obecné hygienické požadavky na výrobce potravin, vysvětluje definice pojmů a určuje povinnosti provozovatelů potravinářských provozoven (EUR-Lex, 2021). Dále existují pravidla pro použití různých označení na potravinách. Jako příklad uvedu dnes již hojně používané označení „bez E“ nebo „bez přidaných E“. Následující odstavec je vyňat ze stanoviska Ministerstva zemědělství právě o používání těchto označení a definuje potravinářskou přidanou látku (Ministerstvo zemědělství České republiky, 2022, s. 1):

„Potravinářskou přídatnou látkou je látka, která není obvykle určena ke spotřebě jakožto potravina a ani není obvykle používána jako charakteristická složka potraviny, ať má či nemá výživovou hodnotu, a jejíž záměrné přidání do potraviny z technologického důvodu při výrobě, zpracování, přípravě, úpravě, balení, dopravě nebo skladování má nebo pravděpodobně bude mít za následek, že se tato látka nebo její vedlejší produkty stanou přímo či nepřímo složkou této potraviny.“

Produkt nelze označit frází „bez E“ nebo „bez přidaných E“, pokud byla taková látka do potraviny přidána, pokud se tato látka dostala do složení principem přenosu ze složky potraviny, nebo pokud zde byla tato látka přidána pro jinou technologickou funkci (Ministerstvo zemědělství České republiky, 2022).

Podmínky pro udělení značky Regionální potravina jsou více rozebrány v kapitole zabývající se právě tímto oceněním kvality.

5 Potravinová soběstačnost

Cílem potravinové soběstačnosti je zajistit obyvatelům určitého území maximální krytí spotřeby potravin vlastní zemědělskou a potravinářskou produkcí. Výsledky potravinové soběstačnosti závisí na celé řadě faktorů, které můžeme rozdělit na vnější a vnitřní faktory. Mezi vnitřní faktory řadíme klimatické podmínky pro zemědělství nebo ekonomickou situaci země. Vnější faktorem je celosvětová výživová situace a vstup zahraničních potravinářských produktů na domácí trh. Česko nemůže nabídnout některé produkty ze své produkce. Jedná se zejména o exotické plodiny, pro které zde nejsou vhodné klimatické podmínky, proto domácí potravinová produkce neobsáhne celou škálu poptávky. Absolutní potravinové soběstačnosti by mohla dosáhnout pouze země s dostatečnými a širokými přírodními zdroji, které by kvalitativně i kvantitativně pokryly domácí spotřebu a zastínily import. Žádná země takové zdroje nemá, a proto je jedním ze základních cílů potravinové soběstačnosti dosáhnout co nejvyšší soběstačnosti alespoň u základních potravin. Stupeň vývoje soběstačnosti závisí na přírodních zdrojích, jejich efektivním využívání a zapojení do mezinárodní dělby práce (Jeníček, 1984). S pojmem potravinová soběstačnost souvisí také pojem autarkie, který označuje nezávislost člověka na svém okolí. Znakem autarkie je také snaha o omezení vnějších zdrojů (zde se jedná o omezení přístupu zahraničních produktů). Toho lze dosáhnout pouze tehdy, pokud je mezi domácí spotřebou a produkcí rovnost (Jeníček, 1984). Tato politika byla uplatňována především před rokem 1989. Autarkní soběstačnost je státní politika vytvářející uzavřený hospodářský systém, který nepočítá s volným pohybem zboží přes hranice státu, ale dovážené zboží je omezováno dovozními cly, kvótami nebo jinými omezeními. Cílem této politiky je maximálně snížit závislost na dovozu zboží, a to zejména strategických potravin. Celkové snížení závislosti na zahraničních faktorech jistě posiluje domácí producenty, ale může s sebou přinést i spoustu negativ, jako nedostatek potravin, snížení kvality ve prospěch kvantity, nebo nedostupnost plodin, které nelze na daném území vypěstovat (ASZ ČR, 2021).

5.1 Bilanční soběstačnost

Pojem bilanční soběstačnost z pohledu zahraniční směny vyjadřuje dosažení nulového salda obchodně platební bilance. Jedná se o rovnost hodnotovou, nikoliv hmotnou. Hodnoty D a V jsou uváděny jako záporné. Tento vztah vyjadřuje následující vzorec:

$$Q + D = P + V$$

Kde: Q = hodnotový objem výroby

D = hodnotový objem spotřeby

P = hodnotový objem dovozu

V = hodnotový objem vývozu

(Jeníček, 1984)

S bilanční soběstačností souvisí další hodnota v podobě míry bilanční soběstačnosti, kterou vyjadřuje následující vztah, který se vyjadřuje poměrem hodnotového objemu domácí výroby k hodnotovému objemu domácí spotřeby.

$$S = (Q / D) \cdot 100$$

(Jeníček, 1984).

Pokud je Q větší než D, jedná se o soběstačnost, kdy jsou přebytky uplatňovány na zahraničních trzích, nebo se jimi tvoří zásoby. Je-li však Q menší než D, nazýváme tento moment jako nesoběstačnost, která musí být doplněna importem (Jeníček, 1984).

5.2 Potravinová bezpečnost

Evropská unie pracuje spíše s pojmem potravinová bezpečnost (food security). Potravinová bezpečnost znamená schopnost státu zajistit svým obyvatelům kvalitní a dostupné potraviny. Mezi cíle Společné zemědělské reformy, připravované na období 2021-2027, patří podpora životaschopnosti zemědělských podniků v celé unii. Potravinová bezpečnost zapadá také do konceptu ochrany krajiny, boje proti suchu a erozi (ASZ ČR, 2021). Největší problémy má Česko z hlediska potravinové bezpečnosti s ovocem a zeleninou. Důvodem je snižování ploch pro pěstování těchto plodin a také klimatické výkyvy, jako jsou například suché epizody. Pěstování těchto plodin je velmi náročné a investice do těchto odvětví nejsou v momentální chvíli

dostatečně vysoké. Podniky zabývající se právě pěstováním a produkcí ovoce a zeleniny kolísají na hranici rentability. Řešení toho problému nabízí kombinace tří aspektů. Jedná se o podporu v podobě investic, podporu pojištění a omezení importu těchto plodin za podnákladové ceny (ZS ČR, 2020).

5.3 Problémy potravinové soběstačnosti Česka

Naše zemědělství se v polistopadové éře potýkalo se strukturální nerovnováhou mezi živočišnou a rostlinnou výrobou a tato nerovnováha se stále prohlubuje. Tento stav má negativní vliv i na bilanci agrárního zahraničního obchodu. V rámci EU jsme sice chráněni před velkými vnějšími producenty například z Ruska nebo Ukrajiny. Jako součást EU se nacházíme v prostoru, který umožňuje volný pohyb zboží mezi členskými státy a tím přichází do Česka mnohdy levnější zemědělské produkty ze států EU. Čeští chovatelé nejsou schopni se přizpůsobit náročným nákladovým parametrům na velkém jednotném trhu a stávají se tak nekonkurenceschopní v porovnání s chovateli v okolních vyspělých zemích, kde převládají menší rodinné farmy. U nás najdeme spíše velké chovy s vysokou koncentrací zvířat. Takto uzpůsobené chovy sice spoří rozsah plochy, na které jsou zvířata chována, ale provází je problémy jako vyšší investiční náročnost, nebo rozšíření různých nemocí, které umožňuje vyšší koncentrace zvířat. Od roku 2014 do roku 2020 klesla soběstačnost u vepřového masa o 6 % a nadále se bude snižovat, protože někteří chovatelé zamýšlí zrušit své chovy (ASZ ČR, 2021). Česko tedy nedosáhne potravinové soběstačnosti, pokud neposílí živočišnou produkci. Řešením by bylo předání významnější úlohy rodinným farmám, jak to ostatně chodí v západních zemích. Tyto chovy jsou také šetrnější k samotným hospodářským zvířatům, k půdě a celkově zlepšují bezpečnost potravin (ASZ ČR, 2021). Zvýšení živočišné výroby znamená ale navýšení nákladů na krmiva. Z tohoto důvodu by se měla živočišná výroba rozšiřovat hlavně v regionech, které disponují dostatečnými rostlinnými zdroji na uspokojení lidské spotřeby a zároveň by pokrývaly krmné potřeby. Některé krmné plodiny také přispívají ke stabilizaci půdní struktury a z jisté části chrání zemědělské plochy proti erozi. Další krmné plodiny lépe snášejí klimatické změny. Jedná se o některé luštěniny, pícniny nebo čirok, které by se rozšiřovaly na úkor tržních plodin jako například řepky olejky. Pokud se sníží produkce siláže o 1 %, nebude dostatek krmiva pro 3000-6000 kusů skotu. Podobně je na tom chov prasat. Pokud se

sníží produkce obilí o 1 %, nastane problém v krmení pro 2500-8000 kusů prasat (Pulkrábek et al., 2019).

Rostlinná výroba je ohrožována klimatickými změnami a ekologickými škodami. Další překážkou jsou nedostatečné finanční prostředky k modernizaci a transformaci našeho zemědělství. Tento proces je nutný k posílení konkurenceschopnosti vůči západnímu vyspělému zemědělství a jeho produktům. Rodinné farmy se více starají o půdu ve svém vlastnictví, protože ji chtějí v co nejkvalitnějším stavu předat dalším generacím (ASZ ČR, 2021).

5.4 Soběstačnost ve výrobě potravin a nealkoholických nápojů

Data v tabulce 12 zobrazují podíl tuzemské výroby na tuzemské spotřebě. U většiny položek je soběstačnost menší než dostačující, a nepokrývá tak tuzemskou spotřebu.

Tab. 12: Potravinová soběstačnost (podíl tuzemské výroby na tuzemské spotřebě vyjádřený v procentech) v Česku ve vybraných letech

Potraviny a nealkoholické nápoje	2019	2020
Pšeničná mouka	69,7	71
Chléb	60,6	58,3
Pšeničné pečivo	49,2	41,2
Hovězí a telecí maso	104,5	105
Vepřové maso	43,4	43,2
Drůbeží maso	63,2	59,8
Mléko a mléčné výrobky v hodnotě mléka (bez másla)	119,1	116,7
Sýry a tvaroh	88,3	89,5
Vejsce	84,8	87,5
Máslo	65,8	71,6
Jablka	75,3	79,9
Zelí	51,7	56,7
Cibule	43,2	47,2
Mrkev	48,2	51,3
Rajčata	19,3	16,6
Cukr	136,7	134,7
Včelí med	87	74,1
Minerální vody a nealkoholické nápoje	65,9	67,2

Zdroj: ČSÚ (2021c)

V České republice se zvyšuje spotřeba potravin. Pandemie přispěla ke spotřebě trvanlivějších produktů. Dále si lidé vybírali potraviny s dobrou nutriční hodnotou a spotřebovávali více čerstvého ovoce a zeleniny, aby posílili svoji imunitu. Spotřeba ovoce mírného pásma se meziročně zvýšila o 0,6 % a spotřeba jižního ovoce až o 2,7 %. U masa se meziročně nejvíce zvýšila spotřeba drůbežního masa, spotřeba vepřového masa se zvýšila jen nepatrně a spotřeba hovězího masa dokonce klesla (ČSÚ, 2021a).

Tab. 13: Spotřeba potravin (na obyvatele za rok) v Česku ve vybraných letech

Potraviny a nealkoholické nápoje	Jednotky	2019	2020
Obiloviny v hodnotě mouky	kg	115,6	115,4
Chléb	kg	39	38,2
Pšeničné pečivo	kg	51,7	51,3
Trvanlivé pečivo	kg	7,8	6,3
Těstoviny	kg	8,1	7,7
Vepřové maso	kg	43	43,4
Hovězí maso	kg	9,1	8,8
Telecí maso	kg	0,1	0,1
Skopové, kozí, koňské maso	kg	0,4	0,3
Drůbeží	kg	29	29,8
Ryby	kg	6	5,7
Mléko a mléčné výrobky v hodnotě mléka (bez másla)	litry	241,8	254,9
Konzumní mléko	litry	57,1	57,6
Sýry	kg	13,8	14,3
Tvaroh	kg	4,7	4,8
Vejsce	ks	261	249
Tuky a oleje	kg	27,5	26,7
Ovoce v hodnotě čerstvé	kg	86,5	87,8
Zelenina v hodnotě čerstvé	kg	87	93,2
Luštěniny	kg	3	3,6
Brambory	kg	69,5	65,1
Cukr	kg	35	35,7
Sůl	kg	5,1	5,1
Čaj	kg	0,2	0,2
Zrnková káva	kg	2,2	2,4
Minerální vody a nealkoholické nápoje	litry	246,8	238,2

Zdroj: ČSÚ (2021c)

5.5 Soběstačnost ve výrobě alkoholických nápojů

Ve výrobě piva je Česká republika od svého vzniku, tedy od roku 1993, více než soběstačná. Soběstačnost je v období 1993-2020 nad hranicí 100 % a v posledních letech se drží kolem hodnoty 120 %. Výroba piva plně pokryje spotřebu obyvatel České republiky, a navíc se ještě vyváží do zahraničí (Mácová & Klémová, 2021). Více než 100% pивní soběstačnost dokazují i data o spotřebě a prodané produkci na jednoho obyvatele. Spotřeba piva činila v roce 2019 necelých 140 litrů na osobu (ČSÚ, 2021c) a ve stejném roce se prodalo 180 litrů piva na jednoho obyvatele (Danišová, 2020).

Tab. 14: Spotřeba alkoholických nápojů (na obyvatele za rok) v Česku ve vybraných letech

Alkoholické nápoje	Jednotky	2019	2020
Lihoviny	litry	7,1	7
Víno	litry	20,3	19,8
Pivo	litry	146	139,9

Zdroj: ČSÚ (2021c)

Pandemie COVID-19 s sebou přinesla i pokles produkce nápojů (Danišová, 2020) a tabulka číslo 14 zobrazuje data o spotřebě alkoholických nápojů, kde také vidíme pokles. Spotřeba z roku 2019 byla větší než z roku 2020, kdy začala pandemie. Důvodem mohou být opatření z roku 2020, která omezovala setkávání lidí.

6 Značka Regionální potravina

Značku Regionální potravina (obr. 3) uděluje Ministerstvo zemědělství již 12 let a oceňuje potraviny, které zvítězí v krajských soutěžích. Oceňují se potraviny v 13 krajích a nyní nese štítek Regionální potravina 514 produktů od 370 výrobců (SZIF, 2021b). Celkem bylo oceněno již přes 1000 výrobků (SZIF, 2021a). Cílem projektu je podpora a zviditelnění domácích producentů potravin a také motivace zákazníků, aby sami vyhledávali produkty s tímto označením (SZIF, 2021b).

Obr. 3: Značka Regionální potravina, která se uvádí na etikety oceněných produktů



Zdroj: SZIF (2021b)

6.1 Benefity Regionálních potravin z pohledu zákazníka

Regionální potravina zaručuje kvalitní výrobek, u kterého je jasné, kde a kdo ho vyrobil a také původ surovin, ze kterých je vyroben. Tyto potraviny jsou i čerstvější, protože čas vynaložený na přepravu je u těchto potravin oproti zahraničním výrobkům výrazně nižší. Díky nižším nákladům na přepravu a distribuci je tento produkt i šetrnější k životnímu prostředí a jeho zakoupením také podporujeme lokální podniky, které mohou nabízet pracovní pozice v regionu (SZIF, 2021a).

6.2 Podmínky udělení ocenění Regionální potravina

Ocenění mohou získat malé a střední podniky s potravinářským nebo zemědělským zaměřením. Potravina musí vyhrát v dané kategorii, kterých je celkem 9. Vítězný produkt může štítek Regionální potravina užívat po dobu 4 let. Produkty zaslané k soutěži hodnotí odborná komise, která má 5-8 členů složených ze zástupců Státního zemědělského intervenčního fondu, Potravinářské komory ČR, Agrární komory ČR, Státní veterinární správy ČR, Státní zemědělské a potravinářské inspekce a zástupce krajského úřadu daného regionu (SZIF, 2021a). Odborná komise používá k hodnocení dokument zvaný „Metodika pro udělování značky Regionální potravina“. V tomto dokumentu nalezneme kritéria, že výrobek musí být vyroben v daném regionu (regionem se rozumí administrativní vymezení daného kraje), hlavní surovina musí být ze 100 % českého původu a celkově musí být produkt vyroben ze 70 % z regionálních surovin (výjimku mohou dostat jen produkty, u kterých výrobci objektivně odůvodní, proč nemohou použít regionální suroviny, které nahradili těmi tuzemskými). Potravina musí také vykazovat výjimečné kvalitativní charakteristiky oproti ostatním produktům dostupným na českém trhu. Dalším požadavkem je příslušnost k danému regionu (chuť typická pro daný region, tradiční receptura, součást tradic konaných v regionu). Tato metodika také popisuje, za jakých podmínek se značka odebírá, jak mohou výrobci se značkou nakládat a další podmínky užití značky Regionální potravina (SZIF, 2020).

6.3 Kategorizace Regionálních potravin

Výrobci se přihlašují do soutěže v těchto kategoriích:

- A Masné výrobky tepelně opracované
- B Masné výrobky trvanlivé, tepelně neopracované, konzervy a polokonzervy
- C Sýry včetně tvarohu
- D Mléčné výrobky ostatní
- E Pekařské výrobky včetně těstovin
- F Cukrářské výrobky včetně cukrovinek
- G Alkoholické i nealkoholické nápoje (s výjimkou vína z hroznů révy vinné)
- H Ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracované formě
- I Ostatní

Zdroj: SZIF (2021a)

7 Regionální potraviny Plzeňského kraje

V Plzeňském kraji bylo od počátku fungování značky v roce 2010 do roku 2021 (včetně) oceněno celkem 94 potravinářských produktů. Z tohoto počtu již nemá platnou značku 53 výrobků (SZIF, 2021b). Nositel smí používat značku po dobu 4 let a po uplynutí stanovené lhůty se musí opět přihlásit do soutěže. Značka může být také odebrána v průběhu doby, která opravňuje výrobce tuto značku používat. Všechny důvody odebrání značky jsou rozepsány v Metodice pro udělování značky „Regionální potravina“. Důvodem může být například změna složení, uvedení nepravdivých údajů, závažné zjištění ze strany Státní zemědělské potravinářské inspekce, nebo vlastní žádost výrobce (SZIF, 2020).

Tab. 15: Počet oceněných produktů v Plzeňském kraji podle kategorizace v období 2010-2021

Stav značky / kategorie	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Platná značka	5	4	4	4	5	4	5	5	5
Neplatná značka	5	5	3	5	7	7	7	7	7

Zdroj: SZIF (2021b)

Průměrný počet oceněných značek na 1 kraj je 89,77, což řadí Plzeňský kraj k nadprůměrným krajům. Počet udělených značek na 1000 obyvatel je v České republice 0,109. V Plzeňském kraji je tato hodnota 0,159, a díky tomu se opět řadí k nadprůměrným krajům. Posledním ukazatelem je počet značek na zemědělskou půdu, kdy republikový průměr je 0,278 značky na 1000 ha. Průměr Plzeňského kraje je zde naopak podprůměrný a to 0,249 na 1000 ha.

Tab. 16: Porovnání počtu oceněných produktů mezi kraji ČR (kromě Prahy)

Kraj	STC	JHC	PLK	KVK	ULK	LBK	HKK	PAK	VYS	JHM	OLK	ZLK	MSK
Počet oceněných	91	97	94	88	97	82	95	79	88	95	86	83	92

Zdroj: SZIF (2021b)

Praha je vzhledem ke svému specifickému postavení a podmínkám vyřazena.

Plzeňský kraj a Plzeň jako taková jsou zajisté spojeny s výrobou piva. Kromě světoznámé značky Pilsner Urquell nalezneme jen na území Plzně další pivovary. Ocenění Regionální potraviny používají v současné době 2 piva ze dvou pivovarů na

území kraje. Jedná se o dobřanský pivovar Modrá hvězda, který má ve své nabídce Dobřanského Sekáče. Toto pivo bylo oceněno v roce 2010. Druhý pivovar stojí v Čižicích u Plzně a nese název Pivovar Bizon. Tento pivovar mohl používat štítek Regionální potravina hned na 2 své produkty, a to na třináctistupňovou Karolínu Světlou, která byla oceněna roku 2017 (nyní již nemá platnou značku) a patnáctistupňový černý speciál Hrobník, který vyhrál ve své kategorii v roce 2020. Prošlou značku má také pivo Purkmistr tmavý ležák 12° (SZIF, 2021b). S ohledem na tradici pivovarnictví v Plzni a jejím okolí je tato kategorie velmi speciální, a to zajisté i z pohledu konkurenceschopnosti a zájmu zákazníků.

Obr. 4: Piva vyráběná v Plzeňském kraji s platnou značkou Regionální potravina



Zdroj: SZIF (2021b)

7.1 Pivovarnictví v Plzeňském kraji

Jako předmět případové studie byly vybrány potraviny a nápoje označené značkou kvality Regionální potravina. Konkrétně byl výzkum zaměřen na takto označená piva, která jsou zmíněna v předešlé kapitole. Podle internetové stránky Pivní.info (2022) se

v Plzeňském kraji nachází 38 činných pivovarů. Ostatně mohu zmínit i mapu činných pivovarů, která je postupně aktualizována a volně dostupná právě na stránce Pivní.info. Kromě 38 činných pivovarů v Plzeňském kraji mohou obyvatelé kraje konzumovat i produkty pivovarů sídlících mimo kraj (Pivní.info, 2022). Zkoumaná piva pocházejí z minipivovarů, které nabízí tradiční řemeslný přístup k vaření piva, a kromě značky Regionální potravina nesou i jiná ocenění. Pivo Nostalgie 12° z Pivovaru Bizon je oceněno značkou Zlatý klas z roku 2019 (Beneš, 2022). Dobřanský svatý Vít z Pivovaru Modrá hvězda získal ocenění Pivní pečeť (Pivovar Modrá Hvězda, 2022), které je udělováno na Mezinárodním pivním festivalu jako hlavní cena (Mezinárodní pivní festival, 2022).

8 Koronavirová krize

Pandemie onemocnění COVID-19 s sebou přinesla spoustu faktorů, které zajisté ovlivňovaly produkci a prodej potravin.

8.1 Omezení provozní doby prodejen

Opatření proti šíření onemocnění COVID-19 se dotýkala mimo jiné i provozování maloobchodních prodejen. Opatření se měnila v čase podle vývoje epidemie. Opatření se týkala omezení nebo dokonce i uzavření některých prodejen a restauračních zařízení. Otevřené prodejny musely zajišťovat nezbytné potřeby zákazníků, kam spadají i prodejny potravin. Omezení se provádělo stylem omezení kapacity zákazníků (více rozebráno v následující kapitole), kteří se mohou najednou nacházet ve vnitřních prostorech prodejny (Vláda České republiky, 2020), vymezení otevírací doby pro seniory nebo omezené otevírací doby (Ministerstvo zdravotnictví České republiky, 2020).

8.2 Omezená kapacita prodejen

V rámci protiepidemických opatření byla omezena kapacita v prodejnách maloobchodu a služeb. V návaznosti na vývoj epidemie se posouvaly hranice kapacity, které byly určeny počtem zákazníků na plochu dané prodejny. Opatření znepříjemňovala nákup a také ho mohla prodlužovat. Zákazníci byli někdy nuceni vystát frontu, než se vůbec dostali k nákupu.

Mezi dny 1.3.2020 a 21.3.2020 platilo opatření vlády ČR týkající se omezení pohybu občanů mezi okresy. Dovoleny byly pouze cesty nezbytné k výkonu zaměstnání nebo podnikání (Ministerstvo vnitra ČR, 2021). Lidé proto museli navštěvovat prodejny pouze v okrese trvalého bydliště. Někteří se tak dostali do prodejen, které obvykle nenavštěvují, naopak někteří nemohli navštěvovat prodejny, na které byli zvyklí.

8.3 Testování ve firmách

Koronakrize se zajisté dotkla také personálního zajištění výroby a prodeje potravin. Firmy musely testovat své zaměstnance. Antigenní testy byly placeny zdravotní pojišťovnou (Vláda České republiky, 2022). V návaznosti na to se mohli někteří zaměstnanci dostat do izolace nebo karantény, která trvala mezi 7 až 14 dny

(Ministerstvo zdravotnictví České republiky, 2021). Záleželo na aktuálních nařízeních. Karanténa byla ode dne 19. 2. 2022 zrušena a izolace trvá pouze 7 dní (Česká tisková kancelář, 2022).

8.4 Růst cen

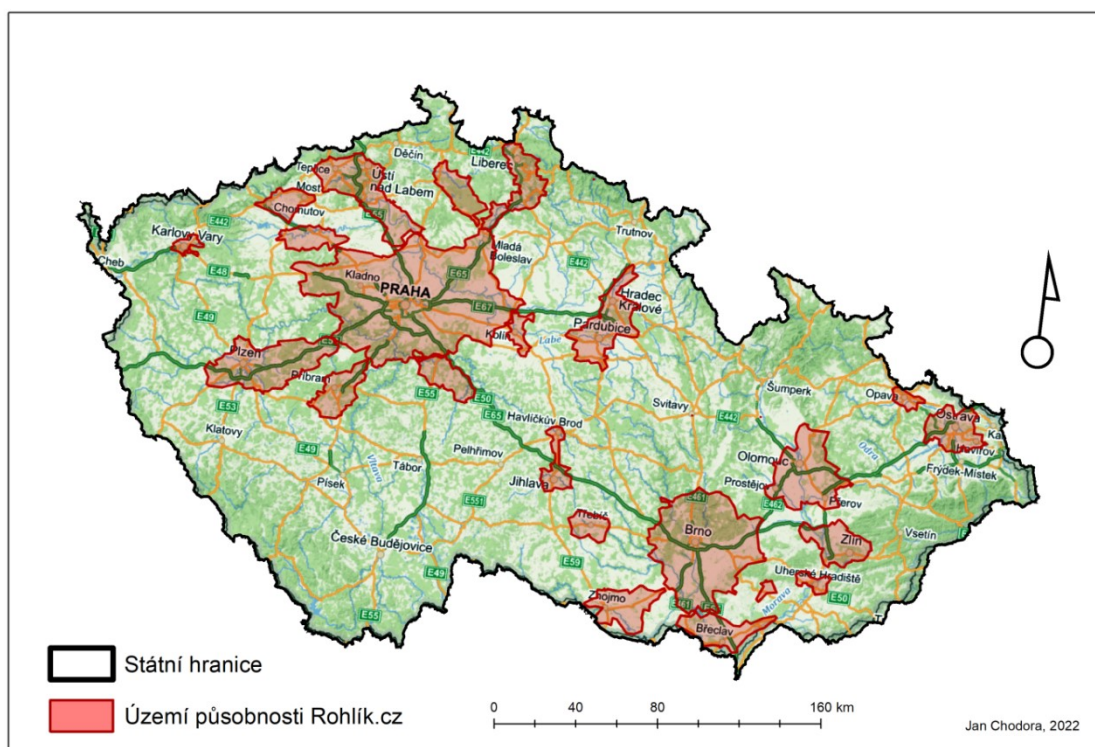
V kontextu pandemie COVID-19 se stále více skloňují pojmy jako energetická krize a cenová inflace. Pandemie je ovšem jen jeden z několika faktorů, které spustily tyto události. Přispívá k tomu mimo jiné i probíhající konflikt mezi Ruskem a Ukrajinou a sankce některých zemí vůči Rusku. Oba tyto jevy se výrazně podepisují jak na výrobě potravin, tak na jejich prodeji. Výroba spotřebovává určité množství energie a surovin. Během roku 2021 se výrazně zvyšovaly ceny energií vlivem poptávky po energiích pro oživení ekonomické situace po značném úpadku v roce 2020, a to se také projevuje ve výsledné ceně produktu. Nezvyšovaly se jen ceny energií, ale kvůli cenové inflaci se zvyšují i ceny surovin a posléze ceny produktů, ve kterých se sčítá více položek, které vyžadují větší finanční náklady (nároky na vyšší mzdy, dopravní náklady).

8.5 E-shopy

V České republice funguje již několik služeb jako potravinový e-shop. Zboží si zákazník vybere v internetovém katalogu, udělá objednávku a zboží mu bude doručeno na zadanou adresu. Tato služba byla hojně využívána právě v době mimořádných hygienických opatření. Nyní tyto služby nabízejí i obchodní řetězce, které využívají i kamenné prodejny. Obchodní řetězec COOP nabízí kromě sítě prodejen, nacházejících se i v malých obcích, také službu e-COOP, kde si zákazník může vybrat zboží, které chce koupit, a zvolit si jednu ze tří variant doručení. Zákazník může vybírat mezi vyzvednutím na prodejně, vyzvednutím ve výdejním boxu nebo doručením na příslušnou adresu (Svaz českých a moravských spotřebních družstev, 2021). Dalším obchodním řetězcem, nabízejícím kromě standardního nákupu také online služby, je Tesco. Zákazník může vybírat ze stejných produktů jako v kamenných prodejnách jen s tím rozdílem, že mu bude zboží doručeno na jeho adresu (Tesco Stores ČR, 2021). Dalším provozovatelem e-shopu s potravinami je Košík.cz. Košík.cz spolupracuje s obchody jako Kaufland, Delmark nebo Marks&Spencer, ale nabízí také zboží, kde nezastupuje konkrétní obchodní řetězec. Košík.cz doručuje po celé republice. Na tomto e-shopu si můžeme zakoupit piva z Pivovaru Bizon (Košík.cz s.r.o., 2022). Vyše

zmíněné služby nabízejí všechny druhy potravin (z hlediska původu a výrobce), přičemž zde nalezneme větší zastoupení zahraničních a ostatních českých producentů oproti těm regionálním. V České republice nalezneme i internetové obchody, které mají ve své nabídce valnou většinu českých produktů s důrazem na lokální produkty. Jedná se o e-shopy Rohlík.cz a Scuk.cz. Rohlík.cz kromě prodeje farmářských výrobků nabízí výrobcům i jiný druh spolupráce a podpory. Rohlík.cz sdílí veškeré dokumenty a faktury v online podobě a zkrátí dobu splatnosti faktur svým dodavatelům na dobu maximálně tří dnů. Dále nabízí investici v podobě marketingové podpory. E-shop také nabízí podporu v oblasti dopravy a řešení týkající se obalů potravin. Pokud chce výrobce využívat nad rámecovou spolupráci s e-shopem, musí podepsat smlouvu o spolupráci. E-shop Rohlík.cz má omezené území rozvozu na oblasti v blízkosti velkých českých měst. Oblasti, kde působí, můžeme vidět na obrázku č. 5 (Rohlík.cz, 2021).

Obr. 5: Oblasti rozvozu e-shopu Rohlík.cz



Zdroj: Vlastní zpracování podle Rohlík.cz (2021), Seznam.cz (2022) & ARCDATA PRAHA (2014)

Internetový obchod Scuk.cz funguje díky systému výdejních míst (většinou se jedná o podružnou službu kamenných obchodů) a zákazník si zde může v otevírací době konkrétního výdejního místa vyzvednout svůj nákup. Scuk.cz má ve své nabídce

převážně české potraviny a nalezneme zde i potraviny oceněné štítky kvality, mezi které se řadí i štítek Regionální potravina. Scuk.cz nabízí Regionální potraviny z různých krajů Česka. S označením Regionální potravina se v nabídce nachází například Selský hovězí guláš, Tvarohová pomazánka s česnekem, Kávovina z praženého kořene pampelišky, Hornácké patizonky, Krutí maso ve vlastní šťávě a mnoho dalších (Lokalkmarket s.r.o., 2021). Další e-shopy nabízející prodej a dovoz potravin jsou Potraviny domů, Vše výhodně nebo Puritas. Protiepidemická opatření ovlivňovala výrobu a prodej potravin v České republice. Negativními následky jsou zajisté různá omezení prodeje zboží a služeb a pohybu obyvatel. Někteří zákazníci začali více využívat dovozu zboží na určenou adresu, ze kterého profitují provozovatelé potravinových e-shopů.

Žádný z e-shopů bohužel nenabízí kategorii, která by zákazníka navedla pouze na nabídku potravin s označením Regionální potravina nebo jiným kvalitativním oceněním. Scuk.cz a Rohlík.cz nabízí pouze kategorii BIO. Sledovaná piva nabízí pouze Košík.cz, který má ve své nabídce piva z Pivovaru Bizon.

9 Zákazníci a etikety

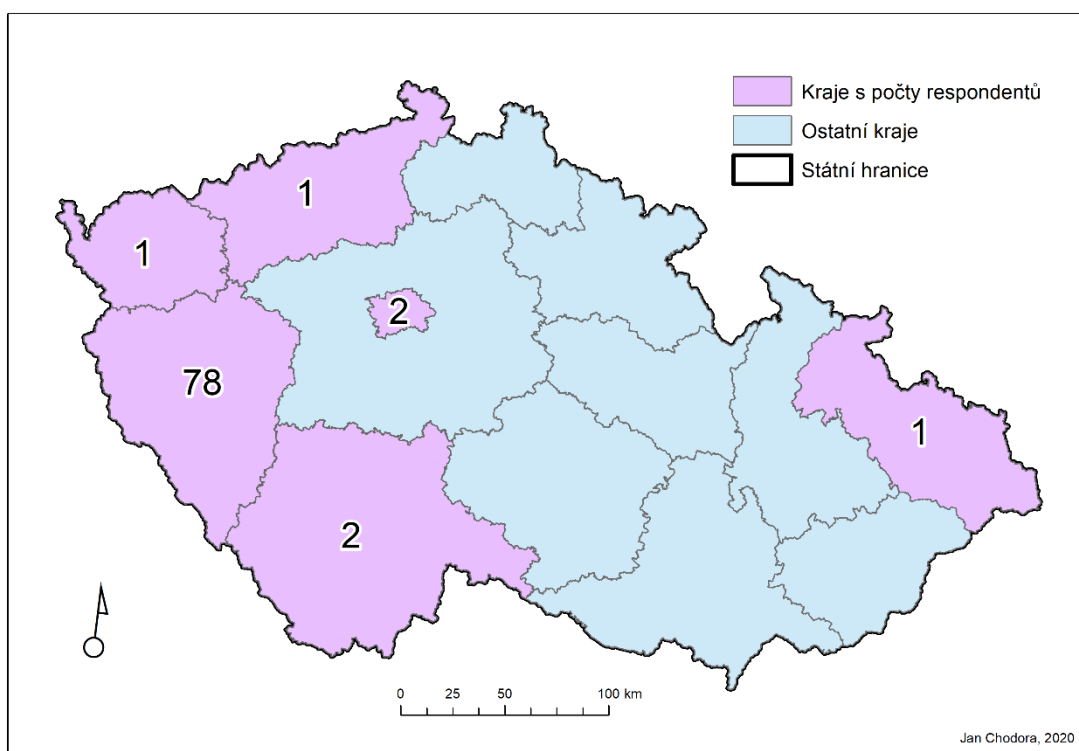
Mnohdy si právě podle etiket zákazníci vybírají potraviny a nápoje, které si zakoupí. Na etiketě nalezneme hned několik klíčových informací jako původ produktu, složení a v některých případech i označení kvality. Etiketa se také zaměřuje na jedinečnosti a přednosti produktu a také je náležitě podtrhává svým grafickým zpracováním, které pak samotný produkt prodává. Producenti pokládají označení jejich produktů za pozitivní přínos. Výraznější zlepšení vnímají na poli marketingu, kde jsou jejich ohodnocené výrobky konkurenceschopnější (Chalupová et al. 2021). Z ekonomického hlediska však nepřichází tak výrazné zlepšení. V českém prostředí se nachází velké množství označení kvality, které je pro zákazníka matoucí (Chalupová et al. 2021). Proto je otázkou, zda by se neměl zredukovat a sjednotit systém označování potravin štítky kvality tak, aby byl pro zákazníka příjemnější a srozumitelnější. Značka kvality by měla jasně a stručně informovat o splnění norem příslušného programu, což se ale mnohdy neděje a složitá struktura (na úrovni EU, státu, nebo regionální úrovni) a různé certifikace jsou jen důkazem již zmíněného zmatku. Výrobci vybírají z velkého množství hesel a designů, které upozorňují na kvalitu, organický charakter (biopotravina), nebo původ výrobku a jejich počet v posledních letech stále roste. Právě vysoký počet těchto značek a štítků má za následek, že zákazníci přikládají těmto značkám pouze malý význam a spíše se zaměřují při výběru potravin na jiné faktory (Chalupová et al. 2021). I Sadílek (2020) označuje použití štítků kvality v českém prostředí za matoucí a díky dotazníkovému šetření se dobral k závěru, že jsou pro zákazníky důležitější jiné faktory při výběru potravin. Jako nejdůležitější faktor označuje cenu produktu a druhý nejdůležitější původ produktu (jednak z jaké země produkt pochází, nebo v rámci tuzemské výroby z jakého regionu). Mezi významné faktory při výběru potravin patří také chuť, vzhled, nebo složení. Kvalita etikety tedy nepatří mezi zásadní rozhodovací faktory. Naopak ale zmiňuje dvě dimenze významu štítků upozorňující zákazníky na kvalitativní ocenění. První dimenze říká, že zákazník vnímá značku jako záruku kvality. Ostatně to by měl být hlavní cíl užití těchto štítků. Druhá dimenze zase považuje zakoupení těchto produktů jako formu ekonomické podpory výrobců, kteří produkují produkty s chráněným původem. Jako důvěryhodné označilo kvalitativní štítky hned 61 % respondentů (zákazníci maloobchodních

prodejen) z dotazníkového šetření vedeného Tomášem Sadílkem a 72 % bylo ochotno si připlatit za potraviny se štítky kvality (Sadílek, 2020).

10 Dotazníkové šetření

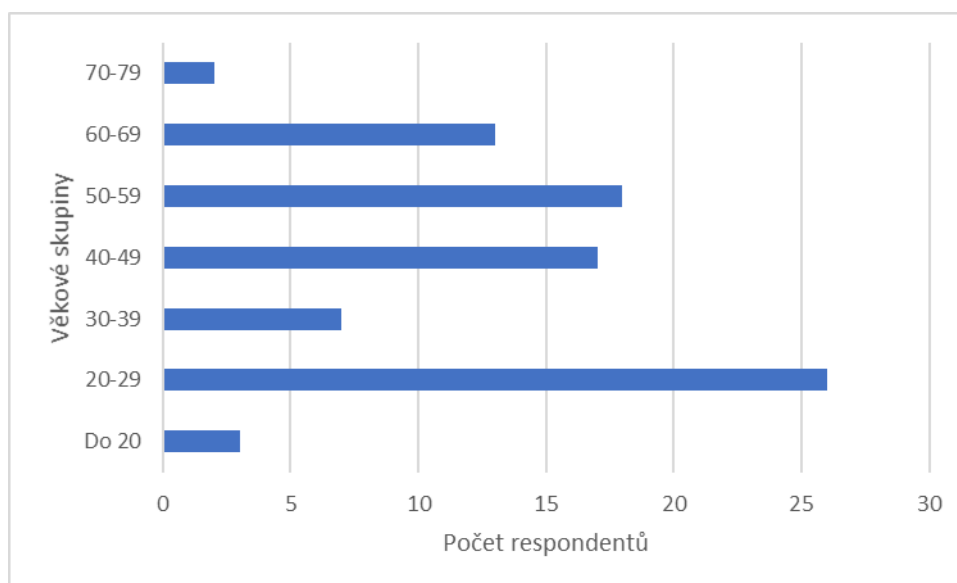
První dotazníkové šetření bylo vedeno na téma vztahu českých zákazníků k českým a regionálním potravinám se zaměřením na piva oceněná značkou Regionální potravina. Respondenty se stali zákazníci obchodů s potravinami v Plzeňském kraji. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 85 respondentů s trvalým místem bydliště v 6 krajích Česka, viz obr. 6. Respondenti také široce pokrývali škálu věkových skupin, kdy nejmladšímu bylo 18 let a nejstaršímu 76 let. Šetření bylo prováděno na jaře roku 2022. Respondenti byli náhodně oslovováni na území Plzeňského kraje a své odpovědi zaznamenávali do papírových záznamových archů.

Obr. 6: Původ a podíl respondentů dotazníkového šetření podle bydliště v krajích Česka



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření (2022) & ARCDATA PRAHA (2014)

Obr. 7: Zastoupení věkových skupin v dotazníkovém šetření



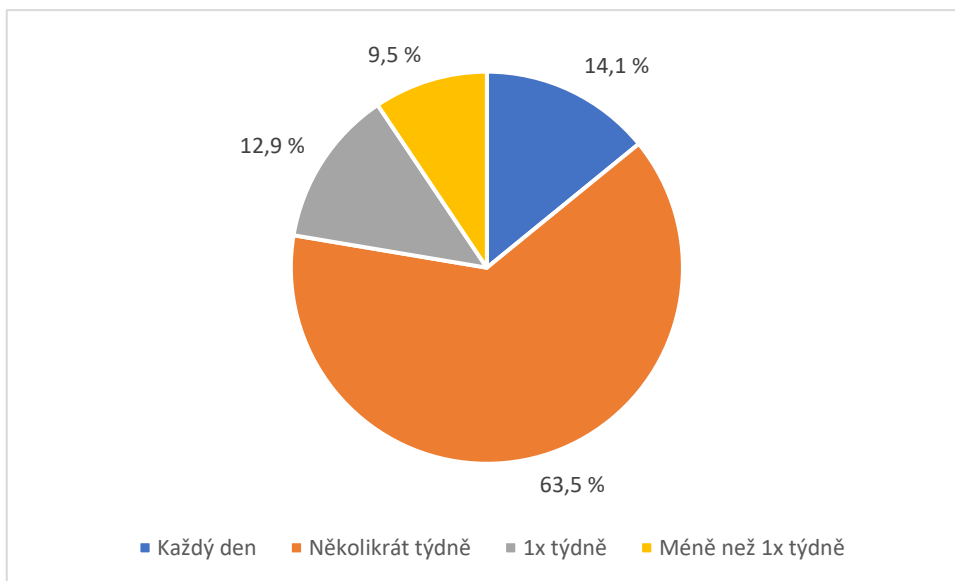
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Druhé dotazníkové šetření bylo zaměřeno na pivovary, které mají ve své nabídce oceněné produkty značkou Regionální potravina. Osloven byl Pivovar Bizon se sídlem v Čižicích u Plzně a dobřanský Pivovar Modrá Hvězda. Návratnost dotazníku byla pouze 50 % a vyplněný dotazníkový arch zaslal zpět jen zástupce Pivovaru Bizon.

10.1 Cesta za nákupem potravin

Jedna z prvních otázek v dotazníkovém archu se zajímala o to, jak často zákazník nakupuje potraviny. Výsledky zobrazuje obrázek č. 8.

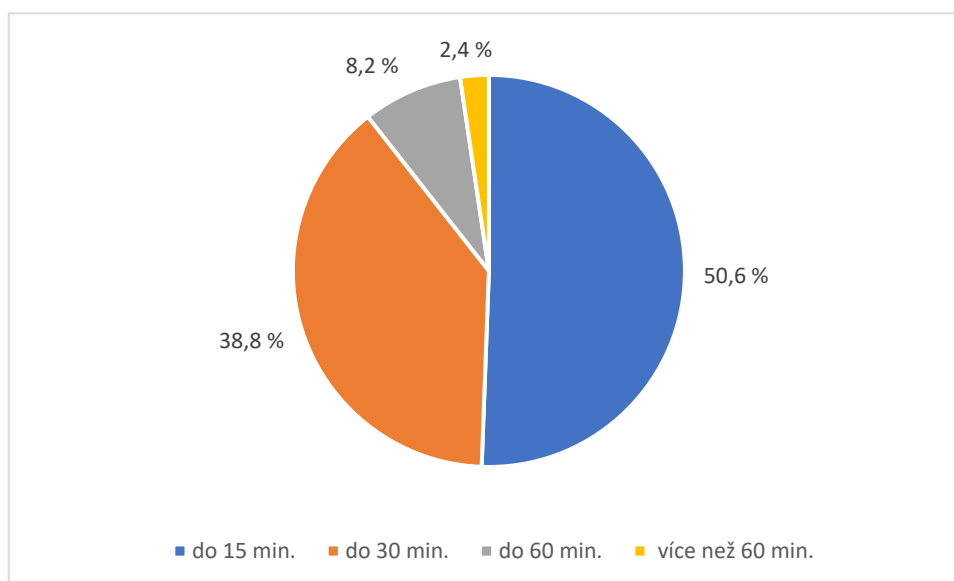
Obr. 8: Podíly frekvence nákupů potravin respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Potravinu nakupuje každý den 12 respondentů, což činí přibližně 14 % dotazovaných. Největší podíl získala odpověď „několikrát týdně“, který tvořil přes 63 % s 54 odpověďmi. Jedenkrát týdně nakupuje potraviny 11 respondentů (12,9 %) a méně než 1x týdně chodí nakupovat pouze 8 dotazovaných (9,5 %). Co se týče času, který jsou respondenti ochotni strávit na cestě právě za nákupem potravin, tak zde s přibývajícím časem ubýval počet odpovědí. Největší zastoupení má odpověď do 15 minut, kterou zaškrtnula polovina respondentů. Pokud budeme počítat s průměrnou rychlostí chůze (5 km/h), tak je nakupující schopen navštěvovat prodejny do vzdálenosti 1,25 km a při jízdě automobilem při průměrné rychlosti 70 km/h navštěvuje prodejny do vzdálenosti 17,5 km. 2krát delší delší časový úsek je ochotno strávit na cestě za nákupem potravin necelých 40 % dotazovaných. Do 60 minut je ochotno cestovat pouze 7 respondentů a více než 60 minut zaškrtnuli pouze 2 respondenti (viz obr. 9). Respondenti, kteří jsou v průměru ochotni strávit delší časový interval na cestě za nákupem potravin, nakupují také v zahraničí, a to v naprosté většině případů v sousedním Německu. Jedná se o 12 respondentů.

Obr. 9: Podíly časových intervalů, který jsou zákazníci ochotni strávit na cestě za nákupem potravin



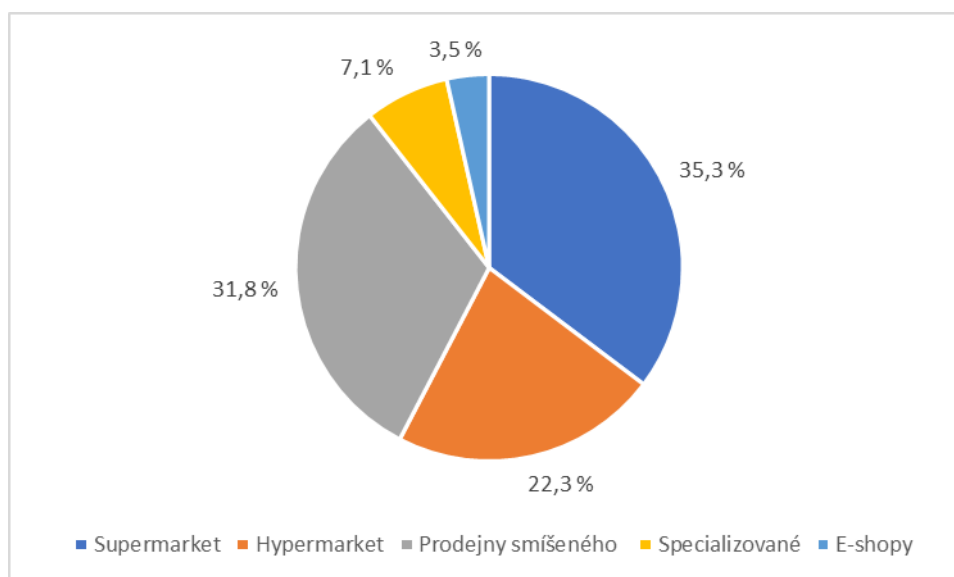
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Z těchto výsledků lze odvodit, že až 90 % lidí chodí nakupovat potraviny, nebo si je nechává posílat přes e-shop alespoň jednou do týdne. Polovina je ochotná strávit na cestě za nákupem potravin maximálně čtvrt hodiny, a více než jedna třetina je ochotná na cestě strávit o 15 minut více.

10.2 Výběr prodejny s potravinami

Při výběru prodejny s potravinami si zákazníci nejčastěji vybírají supermarkety a prodejny smíšeného zboží. Třetí nejvyšší podíl získaly hypermarkety a pouze malá část lidí nejčastěji nakupuje na e-shopech (3 respondenti) a ve specializovaných prodejnách (6 respondentů). Trhy nebo prodejny se zdravou výživou nezaškrtl nikdo jako místo nejčastějšího nákupu potravin.

Obr. 10: Podíly nejčastějšího výběru místa pro nákup potravin



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

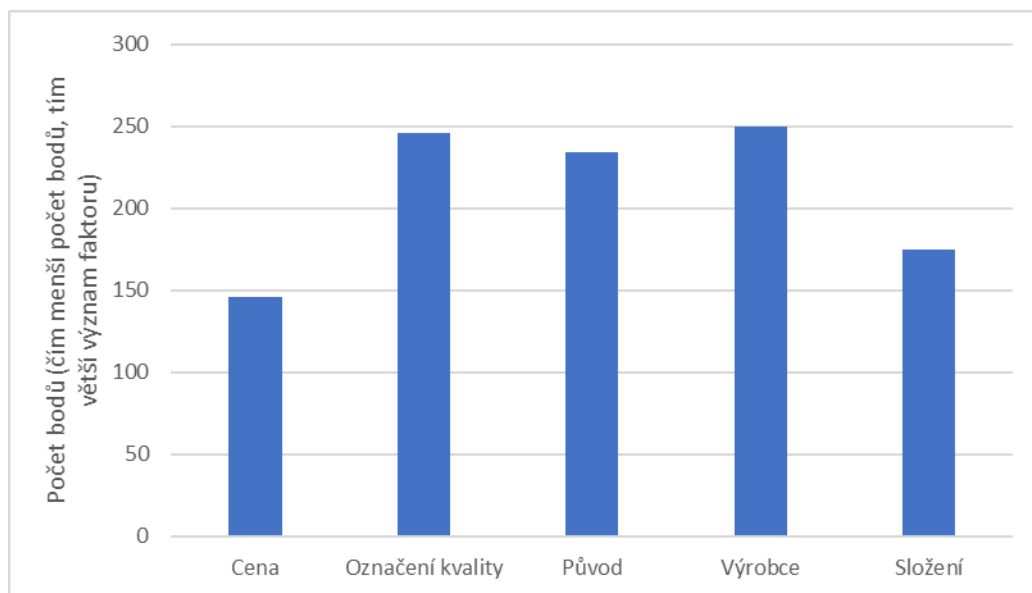
10.3 Výběr potravin

Další skupina otázek se týkala výběru potravin.

10.3.1 Výběr potravin podle určených faktorů

Při výběru potravin bylo stanoveno 5 faktorů a respondenti je označovali čísly 1-5, kdy 1 znamenalo nejdůležitější a 5 nejméně důležitý faktor. 10 dotazníkových archů bylo bohužel vyplněno špatně, takže bylo zpracováno pouze 75 archů. Nejhorší maximální součet všech bodů pro daný faktor mohl být 375 bodů a nejlepší možný by byl reprezentován pouze 75 body.

Obr. 11: Vyhodnocení faktorů pro výběr potravin



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Z grafu na obrázku č. 11 můžeme vyčíst, že se dotazovaní nejvíce zajímají o cenu produktu a hned potom o složení. O výrobce, označení kvality a původ se respondenti zajímají až naposledy. Právě označení kvality je pro respondenty až na předposledním místě. Jako nejdůležitější faktor jej označili 4 respondenti a jako nejméně důležitý 25 respondentů. Faktorů pro výběr potravin je zajisté více. Jeden respondent uvedl v závorce, že nejdůležitější je pro něj trvanlivost výrobku. Další se zase odkazovali na chuť produktu.

Pivovar Bizon kvalitativní štítky hojně využívá. Štítky používá na etiketách, letácích a v reklamních bannerech na webových stránkách. Díky těmto štítkům (Regionální potravina a Zlatý klas) se produkty z pivovaru dostaly i na televizní obrazovky nebo do jiných tištěných a online médií. Sám majitel pivovaru Robert Beneš bere štítek Regionální potravina jako záruku kvality a formu podpory malovýrobců a rukodělných podniků. Za přispění kvalitativního ocenění se pivovar se svými produkty dostal i na řadu veletrhů (Paříž, Kolín nad Rýnem), kde mohl představit svoje produkty a domluvit export na zahraniční trhy. Tato spolupráce bohužel skončila s příchodem pandemie.

I když jsou pro zákazníky důležitější faktory při výběru potravin, tak oceněné produkty mají i jiné výhody oproti jiným potravinám. Výrobci se dostávají v rámci projektů spojených s oceněními na různé akce a do médií, kde mohou představovat své produkty

a získávat nové trhy. I z tohoto hlediska je pro výrobce důležitá účast v soutěžích o ocenění kvality.

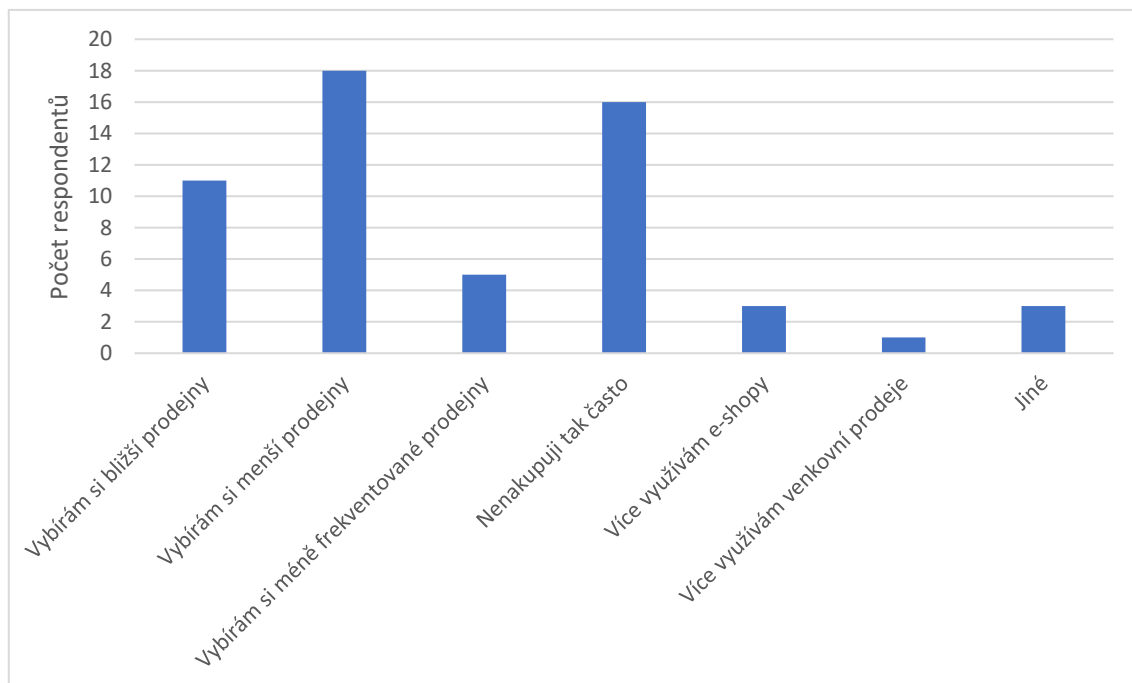
10.3.2 Výběr potravin na základě původu

Respondenti odpovídali, jaké potraviny preferují. Vybírali ze 4 odpovědí, a to: české (mimo regionálních), zahraniční, regionální (v rámci českých) a je mi to jedno. Přes 40 % uvedlo, že tento faktor nerozhoduje při jejich výběru a je jim to jedno o jaké potraviny se v tomto vztahu jedná (při seřazování faktorů ovlivňujících výběr potravin podle důležitosti skončil původ na 3. místě). 40 % preferuje české potraviny a 15 % preferuje regionální potraviny. Preferenci zahraničních potravin uvedlo pouze 5 % respondentů. V návaznosti na preferenci potravin odpovídali respondenti, jaký podíl (počet položek) z nákupu většinou tvoří české a regionální potraviny. Do ¼ tvoří většinou podíl českých potravin v nákupu u 16 respondentů. Do ½ nakupuje většinou české potraviny 39 respondentů. Podíl, který tvoří maximálně ¾, má ve svém nákupu 22 dotazovaných a více než ¾ českých potravin nakupuje ve většině případů 8 respondentů. Více než polovinu nákupu tvoří české potraviny u 35 %. Regionální potraviny nekupuje 7 respondentů. Do ¼ tvoří podíl v nákupu u 51 respondentů. Do ½ tvoří podíl regionálních potravin u 22 respondentů. Více než poloviční podíl v nákupu tvoří u 3 respondentů, kteří tvoří 3,5% podíl. Z toho pouze jeden uvedl, že u něj tvoří regionální potraviny více než ¾ položek. A jaké faktory by respondenty přiměly nakupovat více regionálních potravin? V první řadě zmiňovali větší dostupnost těchto potravin. Tento faktor uvedlo hned 59 respondentů, kteří tvoří 65 %. 19 dotazovaných (22,4 %) uvedlo, že by je pro nákup regionálních potravin přiměla nižší cena. Tento faktor je velmi specifický, protože potraviny oceněné značkou kvality musí splňovat přísnější normy a snížením ceny by nemusely splňovat všechna pravidla, nebo by se výrobce mohl dostat do ekonomických potíží (Pivovar Bizon v době pandemie snižoval marži na pivo z důvodu zachování konkurenceschopnosti). Někteří uváděli i přesvědčení o kvalitě výrobku. Zde by je přimělo k nákupu nabytí přesvědčení o kvalitě výrobku. Potraviny, které nesou značku Regionální potravina, musí splňovat specifitější kvalitativní nároky než obyčejné české a zahraniční potraviny. Přesvědčení o kvalitě je velmi individuální faktor, se kterým zajisté souvisí množství a nepřehlednost kvalitativních označení na potravinách.

10.4 Změna chování zákazníků (a reakce výrobců) vlivem koronakrizy

Po vypuknutí pandemie způsobené onemocněním COVID-19 se chování zákazníků při výběru potravin podle jejich vnímání nezměnilo u 78 respondentů. 4 začali nakupovat více českých potravin a pouze 2 si začali vybírat více regionálních potravin. Jeden respondent neodpovídal. Pouze každý 14. respondent změnil svůj výběr. Jedná se o velmi malé množství a většina respondentů nakupuje stejně jako před vypuknutím pandemie. Právě těchto 6 respondentů objasnilo, co způsobilo změnu výběru. 1 uvedl jako důvod pro změnu pocit větší hygienické bezpečnosti. Posílení zdraví uvedl opět jeden odpovídající a 4 uvedli jako důvod změny svého chování při výběru nabídku v bližších prodejnách. Oba respondenti, co si po vypuknutí pandemie vybírají více regionálních potravin, uvedli, že jejich změnu vyvolala právě nabídka v bližších prodejnách. Při změněném chování při výběru prodejny s potravinami už nebyly výsledky tak jednoznačné, což dokazuje následující graf (obr. č. 12), který ukazuje data pouze u respondentů, kteří uvedli, že si všimli změny svého chování při výběru prodejny s potravinami.

Obr. 12: Změna chování při výběru prodejny s potravinami



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Pandemie způsobená onemocněním COVID-19 nepodnítila změnu chování při výběru prodejny potravin u 46 respondentů, kteří reprezentují 54 %. Zbytek respondentů změnu

uvedl a nejvíce z nich si vybírá menší prodejny. 16 respondentů nenakupuje tak často a 11 si vybírá bližší prodejny. Zanedbatelné množství respondentů navštěvuje méně frekventované prodejny, venkovní prodeje nebo začalo více využívat e-shopy s potravinami. 2 respondenti uvedli, že více podporují vstřícné prodejce a jednomu respondentovi v důchodovém věku chodí nakupovat rodina.

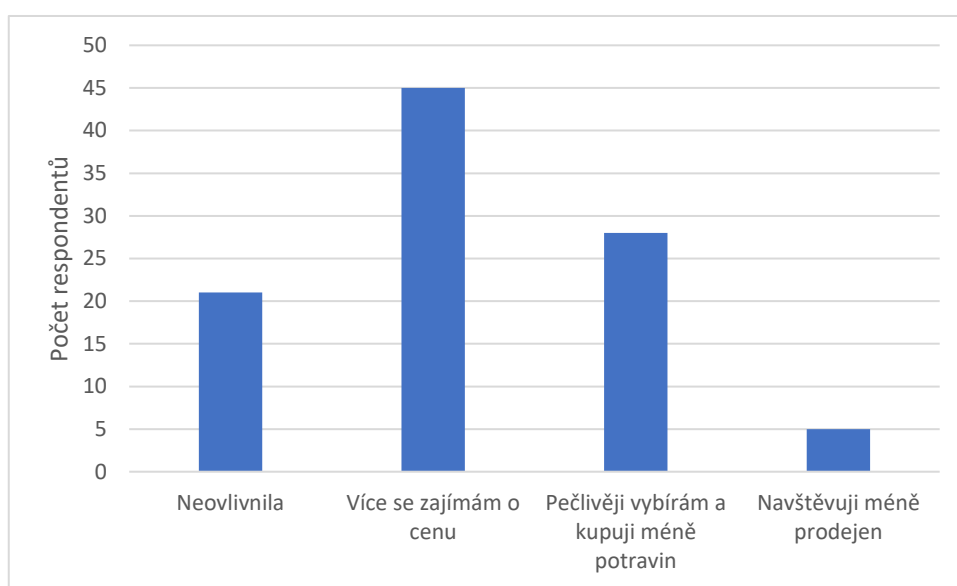
Otázky na změnu chování vyvolanou příchodem pandemie mohou mít do jisté míry zkreslené odpovědi, protože se spoléhají na respondentovu paměť. V době, kdy probíhalo dotazníkové šetření, uběhly již 2 roky od vypuknutí pandemie.

Pivovar Bizon pocítil změnu hlavně, co se týče formy prodeje. Před začátkem pandemie a platnosti různých opatření převažoval prodej sudového piva. Během pandemie se většina piva stáčela do lahví. Tato změna formy produkce měla za následek vyšší náklady na obaly a práci (pivovar nemá automatizované stáčení a zaměstnanci ručně lahvuji, zátkují a etiketují – pivovar tak nepropouštěl své zaměstnance), snížil se výstav pivovaru (žádné pivo nebylo vyléváno, ale vařilo se méně piva) a také se snížila celková marže na pivo. Marže se musela snížit v rámci zachování konkurenceschopnosti pivovaru. Pro přežití těchto časů byla pro Pivovar Bizon velmi důležitá spolupráce s potravinovým e-shopem. Dále musel pivovar zřídit výdejní okénko, kde prodával pivo i jídlo, aby byl co nejbližší svým zákazníkům. Díky tomuto kroku si také získal nové zákazníky. O část zákazníků ale pivovar beztak přišel stejně jako jiné podniky. Pandemie měla pozitivní vliv na zhodnocení celého sortimentu a směřování pivovaru. Vylepšovaly se receptury a přidávalo se větší množství surovin, aby byl pivovar více konkurenceschopný ve svém segmentu. Pivovar mohl fungovat díky spolupráci s e-shopem a svému výdejnímu okénku, ale nejsilnější období přišlo stejně jako jiné roky v létě, kdy platila velmi mírná opatření. Kvůli pandemii se přerušily některé akce spojené s oceněním Regionální potravina (veletrhy) a tím se přerušila i jedna z možností, jak se zviditelnit a nabídnout se na další trhy. Nastartovaly se ale jiné projekty, kdy se oceněné produkty dostaly na televizní obrazovky (do pořadu Kluci v akci) nebo do časopisů zabývajících se gastronomií a životním stylem. Pivovar Bizon učinil kroky, které by bez příchodu pandemie nepřišly. Pivovar se začal více zaměřovat na kvalitu svých produktů, hlavně na kvalitu stáčených piv do lahví a jejich sensorickou stabilitu a trvanlivost. Když je pivo sensoricky absolutně čisté, vydrží v obalu čerstvé i několik měsíců. Vylepšovala se technologie, vybavení pivovaru a procesy při vaření, kvašení a přetahování piva (dotazníkové šetření).

10.4.1 Cenová inflace

S příchodem různých opatření a lockdownů, které měly regulovat počet nakažených COVID-19, se Česká republika dostala do stadia ekonomické stagnace a růstu inflace. Tento stav mimo jiné dokazují data o míře inflace. V roce 2019 byla průměrná míra inflace 2,8 %, zatímco v roce 2021 to bylo 3,8 %. Nejnovější údaj je z března roku 2022, kdy byla míra inflace 6,1 % (ČSÚ, 2022a). Graf na obrázku č. 13 odpovídá na otázku, jak tato situace ovlivnila zákazníky právě při nákupu potravin.

Obr. 13: Změna chování při výběru prodejny s potravinami



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Cenová inflace ovlivnila přibližně $\frac{3}{4}$ respondentů. Zbylá $\frac{1}{4}$ si nevšimla změny svého chování. Více než polovina, tedy 45 dotazovaných, se více zajímá o cenu výrobku. 28 respondentů (32,9 %) pečlivěji vybírá a kupuje méně potravin. 5 respondentů, kteří tvoří 5,9 %, navštěvuje méně prodejen. Rostoucí cenová inflace se netýká jen nákupu potravin, ale také ostatních výrobků, a hlavně energií a pohonných hmot. Ke zlepšení situace sice přispělo utlumení pandemie a uvolnění některých opatření, ale velmi negativním faktorem je válečný konflikt probíhající na Ukrajině, který se v různých formách promítá do celého světa. Evropa se musí mimo jiné vypořádat právě s rostoucími cenami produktů, které uspokojují základní potřeby lidí. Do této kategorie patří vedle energií hlavně potraviny.

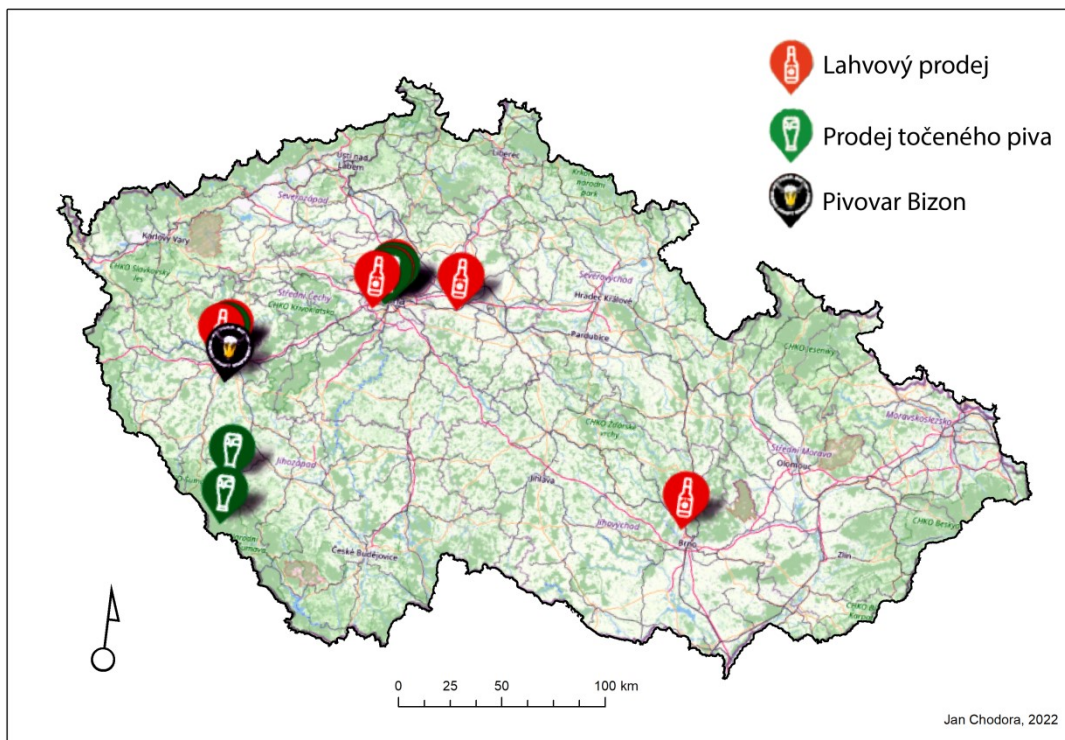
10.5 Piva oceněná značkou Regionální potravina v Plzeňském kraji

Poslední část dotazníku byla zaměřena na piva oceněná značkou Regionální potravina v Plzeňském kraji.

10.5.1 Dostupnost oceněných piv

V dotazníku bylo zaměřeno na znalost a prodej piv, která nesou značku Regionální potravina v Plzeňském kraji, a proto je důležité zmínit, kde se s těmito pivy mohou potenciální zákazníci setkat. Piva z pivovaru Bizon v Čížicích, tedy Hrobník 15° a Karolína Světlá 13° (která již nemá platnou značku), nalezneme ve čtyřech krajích Česka. Nejvíce prodejců je v Plzeňském kraji. Hojně jsou zastoupeni také v Praze. V Jihomoravském a Středočeském kraji nalezneme pouze jednoho prodejce. Pivo z čižického pivovaru můžete rovněž zakoupit v e-shopu Košík.cz (Beneš, 2022). Patnáctistupňový Hrobník stál na tomto e-shopu ke dni 18. 3. 2022 48,90 Kč a třináctistupňová Karolína Světlá stála 44,90 Kč. Pro porovnání zde zmíním Pilsner Urguell světlý ležák, který ve stejný den a na stejném e-shopu stál 28,90 Kč a Bernard černý ležák stál také 28,90 Kč (Košík.cz s.r.o., 2022). Zákazníci mohou obě piva zakoupit buď v půllitrových lahvích (k nim se vztahují výše uvedené ceny), nebo v sudech o objemu 30 a 50 litrů (Beneš, 2022). Uživatelé pivního portálu beerborec.cz pili čižická piva na 25 místech v krajích, které zobrazuje mapa na obrázku 14. Portál zmiňuje jedno místo navíc v Pardubickém kraji (Beerborec.cz, 2022).

Obr. 14: Prodejci piva z pivovaru Bizon



Zdroj: Vlastní zpracování podle Beneš (2022), OSMF (2022) & ARCDATA PRAHA (2014)

S Dobřanským Sekáčem se zákazníci mohou setkat v 17 místech. Nejvíce prodejních míst má Plzeňský kraj společně s Prahou. Dále se s ním mohli zákazníci setkat například v Jihomoravském kraji, Středočeském, nebo Moravskoslezském (Beerborec.cz, 2022).

10.5.2 Výsledky otázek zaměřených na sledovaná piva

37 respondentů uvedlo, že tato piva nezná, a dalších 40 tato piva nekupuje. Pouze 8 respondentů kupuje alespoň jeden druh piva s označením Regionální potravina. Nejvíce je respondenty kupována Karolína Světlá 13° (6 respondentů), která již nemá platnou značku. Dva respondenti kupují Dobřanského Sekáče a jeden kupuje Hrobníka 15°. Zákazníci, kteří tato piva kupují, uvedli, že je kupují pro jejich chuť, kvalitu a jeden zmínil, že jsou dostupná v místní prodejně. Zákazníci tato piva nekupují, protože je neznají (14 respondentů), nepijí pivo nebo alkohol (6 respondentů), nejsou v nabídkách dostupných prodejen (3 respondenti), nechutnají dobře (1 respondent), nebo preferují jiné značky (1 respondent). Odpovědi se zdrželo 12 dotazovaných. A čím by tato piva byla pro potenciální zákazníky atraktivnější? Hned 22krát byla uvedena větší

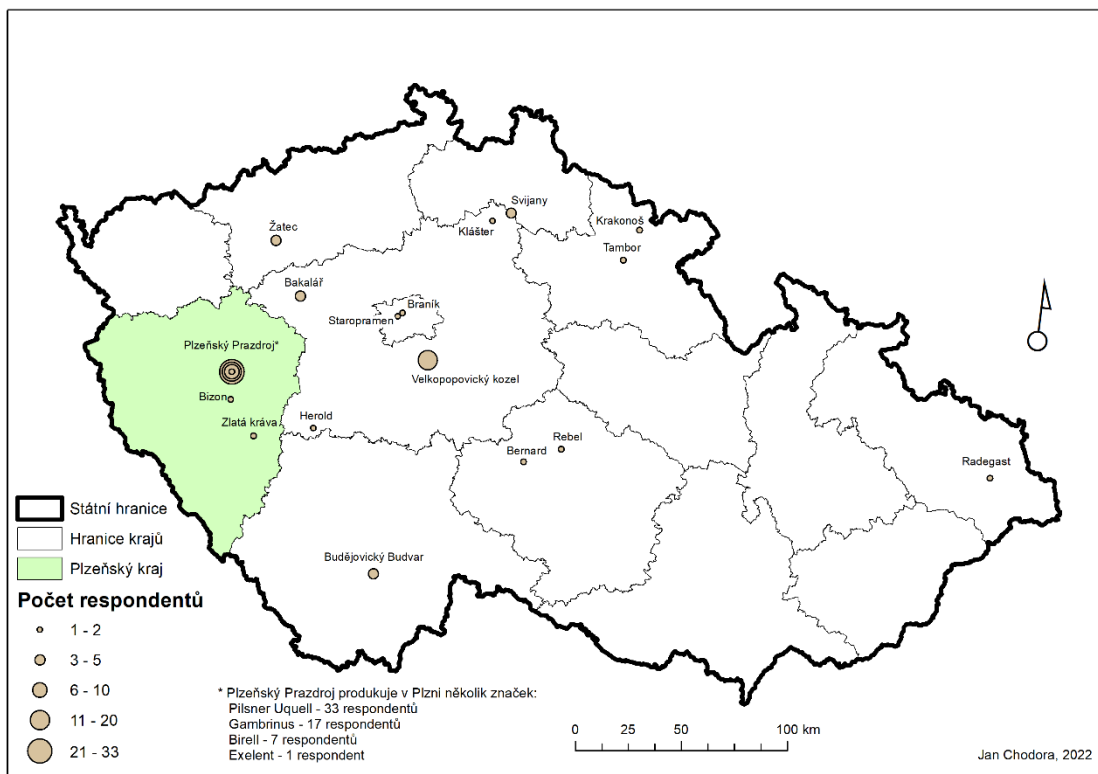
dostupnost v prodejnách a restauračních zařízeních, 7 odpovědí se týkalo intenzivnější reklamy a 5 respondentů se odkazovalo na lepší chuť. Dále se většinou po jednotlivých názorech objevovaly návrhy na lepší etiketu, na piva bez alkoholu, nižší cenu, nebo nižší obsah alkoholu. 12 respondentů by nepřesvědčilo nic, 6 neví a 25 se zdrželo odpovědi.

10.5.3 Jaká piva respondenti kupují?

Nejvíce jsou kupována a oblíbena piva z Plzeňského Prazdroje. Hned 33 respondentů uvedlo, že kupuje Pilsner Urquell, 17 kupuje Gambrinus (většinou Gambrinus 10°), piva značky Kozel kupuje 15 respondentů (nejčastěji Kozel 11°) a Radegast kupují dva respondenti. Více zastoupený je také Budějovický Budvar (5 respondentů), Bakalář (5 respondentů), Svijany (4 respondenti), nebo Zlatý bažant (4 respondenti). Jedná se o velké nebo střední pivovary, které nabízí spíše ležáky. Z minipivovarů byla zmíněna například Zlatá Kráva, nebo právě Pivovar Bizon a Pivovar Modrá Hvězda. Zaznamenána byla také nealkoholická piva, které kupuje 9 respondentů. Výsledky víceméně odráží republiková data prezentovaná internetovým serverem beerborec.cz. Uživatelé zaznamenávají, jaká piva vypili, kolik jich vypili a kde je vypili. Z trojice nejkupovanějších podle respondentů je první Pilsner Urquell nejčastější značkou také uživatelů Beerborce (Beerborec.cz, 2022). Gambrinus je osmý a Kozel pátý. Jedná se o výsledky za březen 2022 (přibližně stejný moment jako dotazníkové šetření) a v top desítce jsou také značky jako Budějovický Budvar, Svijany, nebo Radegast. Data ze serveru mohou být zkreslená jednak uživatelskou základnou a také aktivitou uživatelů. Jedná se ale o časté konzumenty piva a data mají jistě svoji vypovídací hodnotu.

Konkurovat Plzeňskému Prazdroji je z pohledu menších pivovarů jako je Pivovar Bizon velmi těžké. Prazdroj vybavil spoustu hostinců a restaurací vybavením (výčepní zařízení, sklenice, reklamní stojky atd.), které malé pivovary nemůžou těmto restauračním zařízením poskytnout. Na druhou stranu je řemeslné pivo v českém prostředí stále větší pojem a tento fakt určitě nahrává spíše pivovarům jako je Pivovar Bizon. Pivovar Bizon funguje už od roku 2011 a má na Plzeňsku své renomé. Hostinec náležící k pivovaru zvýšil od svého založení svoji kapacitu na desetinásobek a čížické pivo se dodává na trhy napříč regiony Česka (export do zahraničí skončil kvůli pandemii). Pivovar nemá obchodního zástupce a lidé se tak ozývají sami, a jak říká pan majitel: zásluhu na tom všem má i ocenění Regionální potravina (dotazníkové šetření).

Obr. 15: České značky piv kupované respondenty



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření (2022) a ARCDATA PRAHA (2014)

11 Návrh nástrojů pro zvýšení atraktivity regionálních potravin

Respondenti z obou dotazníkových šetření poukazují na některé nedostatky v produkci a prodeji regionálních potravin.

11.1 Dostupnost

Nejdůležitějším faktorem je zajisté dostupnost těchto potravin. Dostupnost uvádí 70 % respondentů jako důvod, proč nekupují více regionálních potravin. U těchto potravin je stěžejním aspektem lokální původ a čerstvost. Abychom zachovali kvalitu výrobků, měli bychom podporovat místní zemědělce a producenty a zvyšovat jejich počet. Máme trvanlivé produkty, které jsou schopné bez újmy vydržet i delší cestování (piva z čížického Pivovaru Bizon jsou v nabídce i v brněnské prodejně), ale některé výrobky by cestování snášely hůře, a proto jsou nabízeny jen do určité vzdálenosti od zdroje. Některé zdroje uvádí problém s dotacemi, které podporují spíše výnosnější a nenáročná odvětví zemědělství a některá opomíjí. Takto stagnuje například živočišná výroba nebo pěstování ovoce a zeleniny (Kubiš, 2018). Pokud se zlepší podmínky finanční podpory právě pro menší a střední zemědělce a znevýhodněná odvětví zemědělství, může následovat růst počtu těchto zemědělců a zvyšování míry soběstačnosti, a to i v oblastech, které nyní spíše stagnují.

Větší rozšíření těchto potravin do supermarketů, hypermarketů nebo prodejen smíšeného zboží by zajisté zlepšilo stav dostupnosti těchto potravin. Regionální potraviny by se dostaly k velkému množství nových zákazníků. Z dotazníkového šetření vyplývá, že v těchto prodejnách nejčastěji nakupuje 89 % respondentů a značná část uvedla jako způsob zatraktivnění Regionálních potravin větší dostupnost v prodejnách, kde jsou zvyklí nakupovat. Zde by záleželo, jak by tyto potraviny obstály vedle ostatních českých a zahraničních potravin z cenového hlediska.

Plzeňský kraj disponuje pásmem pohraničních hor, které vytváří limity dopravní propustnosti krajiny (Kopp, 2014). Ve zdejším pásmu je do jisté míry ztížené zásobování a také se zde mění podmínky pro zemědělství (klimatické podmínky, sklonitost svahů). Dostupnost regionálních potravin zde bude omezenější než v jiných oblastech kraje.

11.2 Štítky kvality

V naší společnosti se nepřikládá velký význam označení kvality potravin, což dokazuje i dotazníkové šetření, kde bylo označení kvality až na čtvrtém místě z vybraných pěti faktorů. Z počtu 75 správně vyplněných dotazníků uvedli označení kvality jako nejdůležitější pouze 4 respondenti, zatímco jako nejméně důležité jej uvedlo 25 respondentů. Jedná se o propastný rozdíl a každého třetího označení kvality víceméně nezajímá. Někteří respondenti dokonce těmto štítkům nevěří a nejsou přesvědčeni o kvalitě výrobku s označením. Štítky kvality považuje za důvěryhodné pouze 61 % respondentů z šetření Sadílka (2020). V pořadí důležitosti faktorů při výběru potravin byla na prvním místě cena, kterou jako nejdůležitější faktor uvedlo hned 28 respondentů, kteří tvoří třetinu dotazovaných. Množství a různost štítků kvality na etiketách potravin může být pro zákazníka matoucí (Chalupová et al. 2021). Zde se nabízí řešení v podobě zvýšení prestiže štítků ve společnosti formou zredukování počtu štítků a ucelení jejich formy propagace. Ocenění kvality přináší podnikům nejen výhodu ve formě splnění náročnější kvalitativní certifikace, ale také jim nabízí účast na různých projektech, jako jsou veletrhy nebo propagace produktů v médiích. I z tohoto pohledu je účast v těchto soutěžích pro výrobce potravin výhodná a tyto akce by měly v českém prostředí zůstat. Redukce soutěží a tím i snížení počtu ocenění by zvýšila prestižnost kvalitativních štítků.

11.3 Cena

Nacházíme se v době ekonomické stagnace vlivem různých globálních faktorů, a to má za následek mimo jiné i zvyšování cen produktů. Vlivem pandemie se u některých zákazníků změnilo chování při výběru potravin a prodejen s potravinami. Přes 50 % respondentů se více zajímá o cenu potravin a přes 30 % z celkového počtu pečlivěji vybírá a kupuje méně potravin. Aby si regionální potraviny zachovaly svoji kvalitu a nebyly prodělečné, musí být nastavena přiměřená cena. Pivovar Bizon musel zareagovat na vzniklou situaci a snížil marži na pivo tak, aby posílil svoji konkurenceschopnost, ale zároveň tak, aby si zachoval ekonomický růst. U jakého podílu regionálních potravin lze zachovat kvalitu a prosperitu podniku se snížením ceny, je bohužel zatím nezodpovězená otázka. Snižování ceny produktů s oceněním kvality by mohlo být zajímavé téma pro další výzkum, který by mohl nést výzkumné otázky jako: Do jaké míry jsou podniky schopné snížit cenu produktu při zachování

kvality a ekonomického růstu? Je vůbec možné nastavit výhodnou cenu v době ekonomické stagnace a zvyšování cenové inflace?

11.4 Regionalismus

Regionální potraviny vycházejí mnohdy z tradičních receptů a mohou být i součástí lokálních tradic (valašský frgál, pardubický perník). České potraviny zajímají zákazníky více než ty regionální (české preferuje 34 respondentů, zatímco regionální pouze 13 respondentů). Z hlediska české potravinové soběstačnosti to není špatná informace, ale je důležité zmínit, že největší podíl respondentů nezajímá, zdali se jedná o české, regionální nebo zahraniční potraviny. Již několik krajů a jejich rozvojové agentury se snaží prohloubit patriotismus k regionu různými kampaněmi (Živý kraj – Karlovarský kraj). V těchto kampaních by se mohlo zacílit také na podporu lokálních potravin, a to nejen těch oceněných. Právě Karlovarský kraj ve svém projektu Živý kraj propaguje například bylinný likér Becherovka nebo lázeňské oplatky jako své dědictví (Živý kraj – Destinační agentura pro Karlovarský kraj, z.s., 2021). Bohužel se zatím vyzdvihují pouze známé výrobky z dnes již velkých podniků. V Plzeňském kraji se opět většina pozornosti soustřeďuje na Plzeňský Prazdroj a menší producenti zviditelnění nejsou nebo ve srovnání s Prazdrojem jen velmi málo.

11.5 Reklama

15 % respondentů z dotazníkového šetření uvedlo jako nástroj na zatraktivnění regionálních potravin intenzivnější reklamu. Přes 43 % respondentů nezná piva oceněná značkou Regionální potravina v Plzeňském kraji. Puticová & Mezera (2011) se také ve své studii odkazují na zesílení marketingu českých potravinářských podniků, který by měl být zacílený na tuzemské zákazníky.

11.6 Reakce na změny chování vyvolané pandemií COVID-19

Změny chování zákazníků, které vyvolala pandemie v období od jara roku 2020 až do konání dotazníkového šetření (tedy jara 2022), jsou buď velmi zanedbatelné (pouze 2 respondenti začali kupovat více regionálních potravin a 4 respondenti začali nakupovat více českých potravin), nebo jsou jejich výsledky řešeny v předchozích kapitolách (dostupnost a cena). Z důvodu posílení zdraví začal kupovat více českých potravin pouze jeden respondent a z pocitu větší hygienické bezpečnosti začal nakupovat více

českých potravin takéž jeden respondent. Regionální potraviny z těchto důvodů nezačal nakupovat nikdo. Zavádění nástrojů atraktivnějších regionální a české potraviny právě v těchto ohledech by nějaké zákazníky přilákalo, ale toto opatření by balancovalo na hranici pozitivní a negativní efektivity.

Závěr

Z dat a zdrojů o českém zemědělství a potravinářském průmyslu vyplývá, že se Česká republika musela vypořádat s několika zásadními problémy od dob svého založení. Postkomunistická struktura a snaha o stoprocentní soběstačnost na úkor kvality plodin a produktů nebyla udržitelná, a proto potřebovala rychlou reformu. Přistoupením do společného trhu Evropské unie se nám otevřela cesta do Evropy, ale my jsme také otevřeli cestu Evropě k nám a některé české podniky přestaly být konkurenceschopné. Ani dnešní zemědělská struktura není dokonalá a náročnější zemědělská odvětví stagnují a trpí nedostatkem financí. Pokud se ale vydáme cestou udržitelného a chytrého zemědělství s racionální dotační politikou, situace v rámci potravinové soběstačnosti Česka se zajisté zlepší a přibude menších a středních zemědělců produkujících právě plodiny, ze kterých mohou být vyráběny regionální potraviny a jejich výrobci mohou usilovat o udělení značky kvality Regionální potravina. Česká republika nemůže být stoprocentně potravinově soběstačná, protože zákazníci mají vyšší nároky na nabídku a pro některé plodiny zde nemáme vhodné podmínky, nebo minimálně takové podmínky, aby pokryly tuzemskou spotřebu. Může se jednat o exotické ovoce, rýži nebo čaj. Naopak pro některá odvětví produkce vhodné podmínky máme, ale dostatečně je nevyužíváme, a právě na tyto oblasti bychom se měli zaměřit. Příkladem může být pěstování ovoce a zeleniny nebo živočišná produkce.

Dnes se stále více objevují hesla jako „bez E“, BIO nebo „česká potravina“. Tato hesla přebijí ale jiné faktory. Štítky kvality, tedy i značka Regionální potravina, nenesou v naší společnosti větší význam a pandemie COVID-19 s sebou přinesla dobu šetření a zvyšování důležitosti ceny výrobku na úkor jiných faktorů při výběru potravin. Byli jsme svědky událostí, na které jsme v posledních dekadách nebyli zvyklí. Země Evropské unie zavíraly svoje hranice, čeští občané tedy nesměli přímo navštěvovat zahraniční trh (hlavně ten německý), zpožďoval se dovoz právě důsledkem protiepidemických opatření, nebo se objevovala místa s prázdnými regály kvůli hysterii při zavádění prvních opatření na jaře roku 2020. Někteří lidé se k regionálním potravinám dostali právě díky různým opatřením a nabídkám v bližších prodejnách, nebo snahou o posílení svého zdraví a hygienické bezpečnosti, ale jedná se pouze o malý podíl. Naopak velký podíl tvoří lidé, kteří vnímají jako stěžejní faktor při výběru potravin cenu, a označení kvality je až na posledních místech. Pandemie COVID-19

zapříčinila, že více než polovina respondentů se začala ještě více zajímat o cenu potravin a jedna třetina z celkového počtu kupuje méně potravin. Mnohdy vyšší cena a nižší dostupnost oproti produktům bez ocenění zapříčiňují menší zájem zákazníků o tyto potraviny. Ke zlepšení situace nenahrávají ani poslední válečné události v Ukrajině, které zajisté přinesou i obrovské ekonomické dopady a důraz na cenu potravin bude klást stále více zákazníků, a to nejen v českém prostředí. O kolik je výrobce produktů se značkou Regionální potravina schopen snížit cenu produktu, a aby zároveň zachoval ekonomický růst, je otázka do dalšího výzkumu.

Ocenění kvality (zejména značka Regionální potravina) nenabízí jen výhodu ve formě používání kvalitativního štítku, který by měl zaručovat vyšší kvalitu oproti jiným výrobkům. Oceněné produkty a jejich výrobci jsou zapojeni do různých propagačních a obchodních akcí, jako jsou tuzemské i zahraniční veletrhy, kde se mohou zviditelnit a domluvit si export na jiný trh, nebo se mohou dostat do různých médií, kde jejich působení funguje opět jako forma propagace. I z tohoto hlediska je důležité, že se v České republice takové soutěže uskutečňují a regionální producenti mohou čerpat výhody plynoucí z úspěchů v těchto soutěžích. Právě větší dostupnost a intenzivnější reklama jsou nástroje, které mají pomoci k většímu zájmu ze strany zákazníků o tyto potraviny. Plzeňský kraj se v počtu oceněných produktů značkou Regionální potravina řadí k nadprůměrným krajům. Respondenti z dotazníkového šetření ale považují dostupnost těchto produktů za nedostatečnou.

Piva se značkou Regionální potravina nemohou konkurovat gigantům jako je Plzeňský Prazdroj, co se týče marketingu nebo podmínek, které nabízí prodejcům. Tato piva musí jít cestou kvality a přístupu k výrobě, protože řemeslná piva začínají mít stále větší renomé, a i díky různým projektům se dostávají do povědomí více lidí.

Výrobci produktů, které získaly ocenění Regionální potravina nebo které o toto ocenění usilují, dokáží vyrábět potraviny řemeslným způsobem, který mnohdy velkým podnikům chybí. Složení surovin a řemeslný způsob výroby navyšují cenu produktu, o kterou se vlivem pandemie COVID-19 začalo zajímat více zákazníků. Označení kvality je při výběru potravin dle dotazníkového šetření se zákazníky prodejen až na dolních příčkách, které přebijí faktory jako právě cena nebo složení. Podpora malých a středních producentů je důležitá nejen z pohledu produkce, ale také z hlediska rozvoje regionu. Rodinné farmy se více starají o půdu, kterou obhospodařují, protože ji chtějí v co nejlepším stavu předat svým potomkům. Malé potravinářské podniky zase nabízejí

pracovní pozice a rozšiřují regionální nabídku o své produkty a posilují tím potravinovou soběstačnost regionu.

Seznam použitých zdrojů

- ARCDATA PRAHA, ZÚ, ČSÚ (2014). *ArcČR500 – digitální geografická databáze*. Dostupné 30. 3. 2022 z <https://www.arcdata.cz>
- Asociace soukromého zemědělství ČR (2021). *K problému soběstačnosti českého zemědělství*. Dostupné 11. 2. 2022 z <https://www.asz.cz/clanek/8219/k-problemu-sobestacnosti-ceskeho-zemedelstvi/>
- Beneš, R. (2022). *Pivovar Bizon*. Dostupné 18. 3. 2022 z <http://ubizona.eu>
- Beerborec.cz (2022). *Beerborec.cz*. Dostupné 7. 4. 2022 z <http://www.beerborec.cz>
- Bičík, I., & Jančák, V. (2005). *Transformační procesy v českém zemědělství po roce 1990*. Praha, Česko: Univerzita Karlova v Praze.
- Česká spořitelna a.s. (2020). *Inovace v zemědělství: Jak si stojí češi?* Dostupné 23. 2. 2022 z <https://www.csas.cz/cs/firmy/articles/inovace-v-zemedelstvi-jak-si-stoji-cesi>
- Česká spořitelna a.s. (2018). *Precizní zemědělství v praxi*. Dostupné 23. 2. 2022 z https://www.csas.cz/content/dam/cz/csas/business_csas_cz/precizni-zemedelstvi/Precizni_zemedelstvi_v_praxi_2018_02.pdf
- Česká tisková kancelář (2022). *Nová hygienická pravidla: sedm dní izolace po nákaze a zrušení karantén*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://domaci.hn.cz/c1-67033440-nova-hygiencicka-pravidla-sedm-dni-izolace-po-nakaze-a-zruseni-karanten>
- Český statistický úřad (2021a). *Celková spotřeba potravin loni vzrostla*. Dostupné 11. 2. 2022 z <https://www.czso.cz/csu/czso/celkova-spotreba-potravin-loni-vzrostla>
- Český statistický úřad (2021b). *Integrované šetření v zemědělství-regiony - 2020*. Dostupné 11. 2. 2022 z <https://www.czso.cz/csu/czso/zemedelstvi-celkem-zpe8xbk364>
- Český statistický úřad (2021c). *Spotřeba potravin - 2020*. Dostupné 11. 2. 2022 z <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin>
- Český statistický úřad (2021d). *Statistická ročenka České republiky*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.czso.cz/documents/10180/143520724/32019821.pdf/b741d5a1-5ea0-4698-843d-4bcaa3ac6c20?version=1.1>
- Český statistický úřad (2021e). *Statistická ročenka Plzeňského kraje - 2021*. Dostupné 2. 3. 2022 z <https://www.czso.cz/csu/czso/statisticka-rocenka-plzenskeho-kraje-2021>
- Český statistický úřad (2022a). *Inflace – druhy, definice, tabulky*. Dostupné 20. 4. 2022 z https://www.czso.cz/csu/czso/mira_inflace
- Český statistický úřad (2022b). *Věřejná databáze*. Dostupné 11. 2. 2022 z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uziv-dotaz#>
- Danišová, I. (2020). *Zlatý mok očima statistiky*. Dostupné 20. 4. 2022 z <https://www.statistikaamy.cz/2020/10/20/zlaty-mok-ocima-statistiky>
- EUR-Lex (2021). *Nářízení Evropského parlamentu a rady (ES) č. 852/2004*. Dostupné 20. 4. 2022 z <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324>
- Generální konzulát České republiky v Sao Paulu (2019). *Pilsner vstoupil na brazilský trh*. Dostupné 2. 3. 2022 z

- https://www.mzv.cz/saopaulo/cz/obchod_a_ekonomika/pilsner_urquell_vstoupil_na_br_azilsky.html
- Götz, A., & Novotná, M. (1996). *Geografie zemědělství ČR*. (2. vydání). Plzeň, Česko: Vydavatelství ZČU
- Chalupová, M., Rojík, S., Kotoučková, H., & Kauerová, L. (2021). Food Labels (Quality, Origin, and Sustainability): The Experience of Czech Producers, *Sustainability*. 13(1). 318. Dostupné z <https://doi.org/10.3390/su13010318>
- Jeníček, V. (1984). *Zemědělství a soběstačnost ve výrobě potravin*. Praha, Česko: Státní zemědělské nakladatelství.
- Kolejka, J. (2013). *Nauka o krajině*. Brno, Česko: Masarykova univerzita.
- Kopp, J. (2014). Přírodní limity a rizika na území Plzeňského kraje. In A. Matušková et al., *Geografie Plzeňského kraje* (s. 12-16). Plzeň, Česko: Západočeská univerzita v Plzni.
- Košík.cz s.r.o. (2022). *Tradiční výrobky*. Dostupné 23. 2. 2022 z https://www.kosik.cz/?gclid=CjwKCAjwx46TBhBhEiwArA_DjIEJJ0LmC2_zPxPV1x6uO1zw5rc1KDgY21fvqT9XkT1ZbV54IKxuxoCshsQAvD_BwE
- Kubiš, J. (2018). *Zemědělství v současné době*. Dostupné 23. 2. 2022 z <http://www.akcr.cz/txt/zemedelstvi-v-soucasne-dobe>
- Kučera, M. (2019). *Pilsner Urquell vstupuje na čínský trh*. Dostupné 2. 3. 2022 z <https://www.export.cz/aktuality/pilsner-urquell-vstupuje-na-cinsky-trh/>
- Lokalmart s.r.o. (2021). *Scuk.cz*. Dostupné 30. 12. 2021 z <https://www.scuk.cz>
- Máková, M., & Klémová, L. (2021). *Kolik potravin si vyrobíme sami?* Dostupné 30. 12. 2021 z <https://www.statistikaamy.cz/2021/04/19/kolik-potravin-si-vyrobime-sami>
- Matušková, A., Novotná, M., Kopp, J., Rousová, M., Kaňka, L., & Dokoupil, J. (2014). *Geografie Plzeňského kraje*. Plzeň, Česko: Západočeská univerzita v Plzni.
- Mezinárodní pivní festival (2022). *Soutěže*. Dostupné 7. 4. 2022 z <https://www.pivofestival.cz/souteze/>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu (2022). *Počty živností dle oborů v jednotlivých krajích*. Dostupné 20. 4. 2022 z <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/statisticke-udaje-o-podnikatelich/pocty-zivnosti-dle-oboru-v-jednotlivych-krajich--222296/>
- Ministerstvo vnitra České republiky (2021). *Vláda na tři týdny omezila pohyb mezi okresy. Omezení má zabránit šíření agresivních mutací koronaviru*. Dostupné 30. 12. 2021 z <https://www.mvcr.cz/clanek/vlada-na-tri-tydny-zakazala-pohyb-mezi-okresy-omezeni-ma-zabranit-sireni-agresivnich-mutaci-koronaviru.aspx>
- Ministerstvo zdravotnictví České republiky (2020). *Mimořádná opatření – nová nákupní doba pro seniory*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.mzcr.cz/mimoradne-opatreni-nova-nakupni-doba-pro-seniory/>
- Ministerstvo zdravotnictví České republiky (2021). *Izolace a karanténa kvůli covid-19 se prodlouží na 14 dní, vláda se zabývala také přípravou nových krizových opatření*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://koronavirus.mzcr.cz/izolace-a-karantena-kvuli-covid-19-se-prodlouzi-na-14-dni-vlada-se-zabyvala-take-pripravou-novych-krizovych-opatreni/>

- Ministerstvo zemědělství České republiky (2022). *Stanovisko MZE (SVS a SZPI) ke způsobu dobrovolného označování „bez E“ nebo „bez přidaných E“ a vyjádření s podobným významem ke dni 1. 7. 2022*. Ministerstvo zemědělství České republiky
- Ministerstvo životního prostředí (2020). *Půdní mapy*. Dostupné 23. 2. 2022 z https://www.mzp.cz/cz/pudni_mapy
- Open Street Map Foundation (2022). *Open Street Map*. Dostupné 21. 4. 2022 z <https://www.openstreetmap.org/#map=7/49.817/15.478>
- Pivní.info (2022). *Pivovary*. Dostupné 2. 3. 2022 z <https://pivni.info/pivovary/>
- Pivovar Modrá hvězda (2022). *Pivovar*. Dostupné 7. 4. 2022 z <https://www.modra-hvezda.cz/pivovar>
- Plan4all z.s. (2021). *AgriHub CZ&SK*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.plan4all.eu/projects/agrihub-czsk/>
- Pulkrábek, J., Páček, L., Čítek, J., Stupka, R., Pračka, K., & Tlustoš, P. (2019). Regional food and feed self-sufficiency related to climate change and animal density – a case study from the Czech Republic. *Plant, Soil and Environment*. 65(5), 244-252. Dostupné z <https://doi.org/10.17221/190/2019-PSE>
- Puticova, M., & Mezera, J. (2011). Competitiveness of the Czech food industry. *Institute of Agricultural Economics and Information*. 57(9), 413-421. Dostupné z https://www.agriculturejournals.cz/publicFiles/89_2010-AGRICECON.pdf
- Rohlík.cz (2021). *Rohlík.cz*. Dostupné 30. 2. 2021 z <https://www.rohlik.cz/?hp=true>
- Sadílek, T. (2020). Examining Attitudes Toward Food Quality Labels: Evidence from Czechia. *Journal of Food Product Marketing*, 26(3), 197-211. Dostupné z <https://doi.org/10.1080/10454446.2020.1745347>
- Seznam.cz (2022). *Mapy.cz*. Dostupné 21. 4. 2022 z <https://mapy.cz/zakladni?x=13.6000004&y=49.4832993&z=11>
- Státní zemědělský intervenční fond (2021a). *Regionální potravina*. Dostupné 30. 12. 2021 z <https://www.szif.cz/cs/znacka-regionalni-potravina#>
- Státní zemědělský intervenční fond (2021b). *Regionální potravina*. Dostupné 30. 12. 2021 z <http://www.regionalnipotravina.cz>
- Státní zemědělský intervenční fond (2020). *Metodika pro udělování značky „Regionální potravina“*. Dostupné 30. 12. 2021 z <https://www.regionalnipotravina.cz/files/metodika-a-loga/Metodika-RP-2020.pdf>
- Svaz českým a moravským spotřebních družstev (2021). *E-COOP*. Dostupné 30. 12. 2021 z <https://e-coop.cz>
- Tesco Stores ČR (2021). *ITesco*. Dostupné 30. 12. 2021 z <https://nakup.itesco.cz/groceries/cs-CZ?preservedReferrer=https://www.google.com/>
- Tolasz, R., Míková, T., Valeriánová, A., & Voženílek, V. (2007). *Atlas podnebí Česka*. Olomouc, Česko: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Ústav výzkumu globální změny AV ČR (2022). *Klimatická změna*. Dostupné 23. 2. 2022 z <https://www.klimatickazmena.cz/cs/>

Valenová, D. (2012). *Důsledky dotační politiky EU na efektivnost zemědělského podniku v ČR a ve Francii* (Diplomová práce). Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, Česká republika.

Vláda České republiky (2020). *Vláda rozhodla o uzavření všech obchodů, komě prodejen potravin, lékáren, drogerií, čerpacích stanic a některých dalších*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/vlada-rozhodla-o-uzavreni-vsech-obchodu-krome-prodejen-potravin--lekaren--drogerii--cerpacich-panic-a-nekterych-dalsich-180327/>

Vláda České republiky (2022). *Protiepidemická opatření – co aktuálně platí*. Dostupné 11. 2. 2022 z <https://www.vlada.cz/cz/epidemie-koronaviru/dulezite-informace/mimoradna-a-ochranna-opatreni--co-aktualne-plati-180234/#antigen>

Zemědělský svaz České republiky (2020). *Nízká potravinová soběstačnost*. Dostupné 11. 2. 2022 z <https://www.zscr.cz/clanek/nizka-potravinova-bezpecnost-5085>

Žalud, Z., Trnka, M., & Hlavinka, P. (2020). *Zemědělské sucho v České republice – vývoj, dopady a adaptace*. Dostupné 23. 2. 2022 z <https://www.intersucho.cz/userfiles/file/ZemedelskeSucho.pdf>

Živý kraj – Destinační agentura Karlovarského kraje, z.s. (2021). *Tradiční výrobky*. Dostupné 4. 4. 2022 z <https://zivykraj.cz/poznejte-kraj/tradicni-vyrobky/>

Seznam tabulek

Tab. 1: Plocha zemědělské a orné půdy ve vybraných letech v České republice.....	17
Tab. 2: Využití zemědělské půdy v Plzeňském kraji v roce 2020.....	20
Tab. 3: Zemědělské subjekty podle právní formy v roce 2020	20
Tab. 4: Zemědělské subjekty v ekologickém zemědělství podle právní formy v roce 2020	21
Tab. 5: Využití orné půdy v ekologickém zemědělství v Plzeňském kraji v roce 2020.	21
Tab. 6: Sklizeň zemědělských produktů v tunách v Plzeňském kraji za rok 2020.....	22
Tab. 7: Sklizeň ovoce v Plzeňském kraji za rok 2020	22
Tab. 8: Stavby hospodářských zvířat na území Plzeňského kraje ke dni 1.4.2021	23
Tab. 9: Živočišná výroba v Plzeňském kraji v roce 2020.....	23
Tab. 10: Výroba masa v Plzeňském kraji v roce 2020	24
Tab. 11: Počet živností dle vybraných oborů v Plzeňském kraji v prvním čtvrtletí roku 2022	25
Tab. 12: Potravinová soběstačnost (podíl tuzemské výroby na tuzemské spotřebě vyjádřený v procentech) v Česku ve vybraných letech	30
Tab. 13: Spotřeba potravin (na obyvatele za rok) v Česku ve vybraných letech	31
Tab. 14: Spotřeba alkoholických nápojů (na obyvatele za rok) v Česku ve vybraných letech.....	32
Tab. 15: Počet oceněných produktů v Plzeňském kraji podle kategorizace v období 2010-2021	35
Tab. 16: Porovnání počtu oceněných produktů mezi kraji ČR (kromě Prahy).....	35

Seznam obrázků

Obr. 1: Klimatické oblasti podle Köppenovy klasifikace v ČR	13
Obr. 2: Zemědělské výrobní oblasti Plzeňského kraje	19
Obr. 3: Značka Regionální potravina, která se uvádí na etikety oceněných produktů ...	33
Obr. 4: Piva vyráběná v Plzeňském kraji s platnou značkou Regionální potravina	36
Obr. 5: Oblasti rozvozu e-shopu Rohlík.cz.....	40
Obr. 6: Původ a podíl respondentů dotazníkového šetření podle bydliště v krajích Česka	44
Obr. 7: Zastoupení věkových skupin v dotazníkovém šetření.....	45
Obr. 8: Podíly frekvence nákupů potravin respondentů	46
Obr. 9: Podíly časových intervalů, který jsou zákazníci ochotni strávit na cestě za nákupem potravin	47
Obr. 10: Podíly nejčastějšího výběru místa pro nákup potravin.....	48
Obr. 11: Vyhodnocení faktorů pro výběr potravin	49
Obr. 12: Změna chování při výběru prodejny s potravinami.....	51
Obr. 13: Změna chování při výběru prodejny s potravinami.....	53
Obr. 14: Prodejci piva z pivovaru Bizon	55
Obr. 15: České značky piv kupované respondenty.....	57

Seznam použitých zkratk a značek

ASZ	Asociace soukromého zemědělství
AV	Akademie věd
CZ-NACE	Klasifikace ekonomických činností
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
GPS	Global Positioning System
IoT	Internet of Things
MZe	Ministerstvo zemědělství
OSMF	Open Street Map Foundation
SZIF	Státní zemědělský intervenční fond
ZS	Zemědělský svaz

Seznam příloh

Příloha A: Dotazníkový arch pro potenciální zákazníky

Příloha B: Dotazníkový list zasílaný zástupcům pivovarů

Příloha A: Dotazníkový arch pro potenciální zákazníky

Tento dotazník vyplňovali respondenti v papírové podobě.

Dotazníkové archy pro potenciální zákazníky:

<p>Dobrý den, tento dotazník se týká vztahu zákazníků k českým a regionálním potravinám. Výstupy z dotazníkového šetření budou sloužit jako primární data pro moji bakalářskou práci zabývající se významem regionálních potravin. Data budou zpracovávána anonymně. Jako regionální potravina je zde označována potravina se značkou Regionální potravina. Dotazník je anonymní a obsahuje 19 otázek. Pokud nejsou u zaškrtnutých otázek jiné instrukce, zaškrtněte jen jednu odpověď.</p> <ul style="list-style-type: none">• Jak často nakupujete potraviny?<ul style="list-style-type: none">○ Každý den○ Několikrát týdně○ 1x týdně○ Méně než 1x týdně• Kde nejčastěji nakupujete potraviny?<ul style="list-style-type: none">○ Supermarkety○ Hypermarkety○ Prodejny smíšeného zboží○ Specializované prodejny (pekařství, ovoce a zelenina, řeznictví, ...)○ E-shopsy (Scuk, Rohlík.cz, ...)○ Prodejny zdravé výživy○ Trhy• Jak dlouho jste ochotný/á cestovat pro nákup potravin?<ul style="list-style-type: none">○ Do 15 min○ Do 30 min○ Do 60 min○ Více než 60 min• Ve kterém kraji se nachází Vaše trvalé bydliště: • Váš věk: • Nakupujete potraviny i v zahraničí?<ul style="list-style-type: none">○ Ano (Pokud ano, kde a jakým způsobem?)	<ul style="list-style-type: none">• Jaké potraviny preferujete?<ul style="list-style-type: none">○ Zahraniční○ České (mimo regionálních potravin)○ Regionální (v rámci českých potravin)○ Je mi to jedno• Jaký podíl z nákupu (počet položek) většinou tvoří české potraviny?<ul style="list-style-type: none">○ Nekupuji české potraviny○ Do ¼○ Do ½○ Do ¾○ Více než ¾• Jaký podíl z nákupu (počet položek) většinou tvoří regionální potraviny?<ul style="list-style-type: none">○ Nekupuji regionální potraviny○ Do ¼○ Do ½○ Do ¾○ Více než ¾• Co by Vás přimělo nakupovat více regionálních potravin (můžete zaškrtnout více odpovědí)?<ul style="list-style-type: none">○ Nižší cena○ Větší dostupnost○ Intenzivnější reklama○ Jiné: (doplňte) • Změnila pandemie koronaviru Vaše preference při výběru potravin (zahraniční – české – regionální)?<ul style="list-style-type: none">○ Ne○ Ano, nyní kupuji více zahraničních potravin○ Ano, nyní kupuji více českých potravin○ Ano, nyní kupuji více regionálních potravin• Co podnítlilo změnu preferencí při výběru potravin (pokud jste v předchozí otázce zaškrtnl/a odpověď ne, neodpovídejte)?
<ul style="list-style-type: none">• Jak ovlivnila cenová inflace Vaše chování při nákupu potravin (můžete zaškrtnout více odpovědí)?<ul style="list-style-type: none">○ Neovlivnila○ Více se zajímám o cenu○ Pečlivěji vybírám a kupuji méně potravin○ Navštěvuji méně prodejen○ Jiné: (doplňte)• Kupujete piva oceněná značkou Regionální potravina v Plzeňském kraji (můžete zaškrtnout více odpovědí)?<ul style="list-style-type: none">○ Hrobník 15° Černý speciál (Pivovar Bizon)○ Karolína Světlá 13° (Pivovar Bizon)○ Dobřanský sekáč (Pivovar Modrá hvězda)○ Nekupuji○ Neznám tato piva• Proč kupujete/nekupujete tato piva? • Čím by pro Vás tato piva byla atraktivnější? • Jaká piva kupujete? <p>Děkuji za vyplnění dotazníku. Jan Chodora</p>	

Příloha B: Dotazníkový list zasílaný zástupcům pivovarů

Tento dotazníkový list byl zaslán zástupcům pivovarů, které mají ve své produkci oceněná piva značkou Regionální potravina. Tento dotazník byl vyplňován elektronicky.

Dobrý den, zpracovávám bakalářskou práci na téma potravin a nápojů označených značkou Regionální potravina a jejich významem pro potravinovou soběstačnost v České republice. Tímto bych Vás chtěl požádat o zaznamenání odpovědí na níže položené otázky, které budou soužit jako primární data v mé práci.

Ovlivňuje označení Regionální potravina zájem zákazníků právě o oceněný druh piva?

Využíváte toto označení při propagaci produktu?

Jak Vy osobně vnímáte toto ocenění?

Plánujete, nebo už dokonce usilujete s dalšími druhy o získání tohoto ocenění?

Jaké negativní vlivy měla pandemie koronaviru na Vaši produkci?

Měla vůbec pandemie koronaviru pozitivní vlivy na Vaši produkci (zavedení online prodeje, hledání nových trhů a zákazníků, marketing, atd.)?

Změnilo se chování zákazníků právě po vypuknutí pandemie koronaviru vůči Vaším produktům, a konkrétně k oceněnému produktu?

Byla zaváděna různá omezení prodeje, kapacit prodejen, nebo dokonce i pohybu osob. Získali jste zákazníky právě z blízkého okolí, nebo jste naopak ztratili zákazníky, kteří museli pro vaše produkty dojíždět z větší vzdálenosti?

Učinili jste některé kroky, které by bez pandemie nepřišly?

Váš pivovar se nachází v blízkosti českého giganta, tedy Plzeňského Prazdroje. Jak moc ovlivňuje tento fakt Vaši produkci?

Děkuji za Váš čas a Vaše odpovědi

Jan Chodora

Abstrakt

Chodora, J. (2022). *Význam regionálních potravin pro potravinovou soběstačnost Česka na příkladu Plzeňského kraje* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: potravinová soběstačnost, regionální potravina, koronavirová krize

Tato bakalářská práce se zabývá významem regionálních potravin v rámci potravinové soběstačnosti Česka na příkladu Plzeňského kraje z pohledu zákazníků prodejen a e-shopů s potravinami. První část je věnována teoretickému základu, který shrnuje zemědělské podmínky Česka a Plzeňského kraje, potravinářský průmysl, potravinovou soběstačnost a ocenění kvality v českém prostředí. Kapitoly, věnující se zobrazení a vyhodnocení výsledků z dotazníkových šetření, se zajímají o faktory výběru prodejny s potravinami, o faktory výběru samotných potravin a o změnu chování při těchto úkonech vyvolanou pandemií COVID-19. Případová studie je zaměřena na piva oceněná v Plzeňském kraji v soutěži Regionální potravina.

Abstract

Chodora, J. (2022). *The importance of regional food for the food self-sufficiency of Czechia on the example of the Pilsen region* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: food self-sufficiency, regional food, coronavirus crisis

This bachelor's thesis deals with the importance of regional foods in the food self-sufficiency of the Czech Republic on the example of the Pilsen region from the perspective of customers of food stores and e-shops. The first part is devoted to the theoretical basis, which summarizes the agricultural conditions of the Czechia and Pilsen region, the food industry, food self-sufficiency and quality assessment in the Czech environment. The chapters devoted to the display and evaluation of the results of the questionnaire surveys are interested in the factors of food store selection, the factors of food selection and the change in behavior during these activities caused by the COVID-19 pandemic. The case study is focused on beers awarded in the Pilsen Region in the Regional Food competition.