

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Přímý prodej zemědělských produktů a farmářské trhy v ČR
pohledem producentů a prodejců**

**Direct sale of agricultural products and farmers' markets in the
Czech Republic from the point of view of producers and retailers**

Lenka Hikischová

Plzeň 2013

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Přímý prodej zemědělských produktů a farmářské trhy v ČR pohledem producentů a prodejců“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne

.....

podpis autora

Poděkování

Děkuji Doc. RNDr. Jiřímu Ježkovi, Ph.D. za odbornou pomoc a cenné rady při tvorbě této bakalářské práce.

Dále děkuji paní Velíkové a panu Turčovi za ochotu k poskytnutí rozhovorů.

Obsah

Obsah	5
Úvod.....	7
1 Cíl a metodika práce	8
2 Rámcové podmínky	9
2.1 Zemědělství v České republice	9
2.1.1 Dotace v zemědělství	10
2.1.2 Konvenční zemědělství.....	11
2.1.3 Ekologické zemědělství	11
2.1.4 Biopotraviny	13
2.1.5 Regionální potraviny.....	15
2.2 Zemědělství v Plzeňském kraji	17
3 Formy přímého prodeje	19
3.1 Prodej ze dvora.....	19
3.1.1 Výhody a nevýhody prodeje ze dvora	22
3.2 Bedýnkový prodej.....	23
3.2.1 Výhody a nevýhody bedýnkového prodeje	23
3.2.2 Freshkoš	24
3.3 Farmářské trhy	25
3.3.1 Farmářské trhy v Plzeňském kraji	30
3.3.2 Výhody a nevýhody farmářských trhů.....	33
3.4 Farmářské prodejny.....	33
3.4.1 Farmářský obchod.....	33
3.4.2 Náš grunt.....	34
3.4.3 Výhody a nevýhody farmářských obchodů	35

4	Formy přímého prodeje zemědělských produktů očima jejich producentů.....	36
4.1	Mlékárna u Velíků.....	37
4.1.1	SWOT analýza farmy Velíkových.....	42
4.2	Včelař Jan Turč	43
4.2.1	SWOT analýza včelaře	53
4.3	Šetření na farmářských trzích.....	54
5	Návrhy opatření podporujících přímý prodej zemědělských produktů a rozvoj farmářských trhů	58
5.1	Věková struktura zemědělců	58
5.2	Nedostatek prodejců mléčných výrobků.....	58
5.3	Nákup cukru včelaři	59
5.4	Kontroly farmářů na farmářských trzích.....	59
5.5	Návštěvnost farmářských trhů.....	60
6	Shrnutí a závěr	61
	Seznam obrázků a tabulek	63
	Seznam zkratk	64
	Seznam použité literatury	65
	Seznam příloh	73

Úvod

V poslední době slychají lidé ze všech různých médií informace o nekvalitních potravinách, které se objevují na českých pultech. Snad každý z nás měl tu čest setkat se s pojmy, jako je například česnek z Číny, polská sůl, potraviny z Polska, koňské maso. Na pultech v českých supermarketech si zákazníci mohou zakoupit potraviny, na kterých je přelepené datum spotřeby, pečivo, kde jsou zapečené myši, brouci či sponky, maso napuštěné vodou či pocházející z nemocných krav. O tomto všem jsou lidé informováni prostřednictvím pořadu Peklo na talíři, který vysílá internetová televize Stream, či díky Potravinovému inspektorovi vysílanému v Televizních novinách na televizi Nova. V důsledku toho se stále více spotřebitelů začíná zajímat o kvalitní potraviny, kterých je však v našich obchodních řetězcích velmi málo. Proto začínají lidé vyhledávat české farmáře, kteří jim mohou kvalitní potraviny dopřát. Na to také reagují zemědělci a to tím, že se snaží nabízet své produkty k prodeji prostřednictvím velkého množství cest.

Snad nejpopulárnější formou prodeje se v poslední době staly farmářské trhy, které vyhledává stále větší počet zákazníků k nákupu čerstvých potravin českého původu a během více než tří let od jejich počátku zažily nebývalý boom, a proto je také můžeme považovat za fenomén současné doby. Největší zásluhu na tomto fenoménu mají vedle pořadatelů samozřejmě čeští zemědělci, kteří zde nabízejí své produkty.

Zemědělství však dle autorčina názoru patří k opomíjeným odvětvím a lidé v České republice mají svým způsobem odpor k zemědělství. Práce v zemědělství je všeobecně vnímána jako velice náročná, jak z hlediska finančního, tak i fyzického. I přesto se mezi námi najdou tací, kteří se mu věnují. A budme za to rádi. Od těchto farmářů totiž dostáváme na stůl potraviny prvotřídní kvality a chuti. Vedle státu, který pomáhá místním zemědělcům po stránce finanční, je také důležitá podpora od spotřebitelů. Ti pomáhají zemědělcům tím, že dávají přednost jejich produktům před zakoupením potravin, které jsou k nám dováženy ze zahraničí. Právě zemědělcům a jejich prodeji se věnuje tato bakalářská práce.

1 Cíl a metodika práce

Cílem této bakalářské práce je na základě studia literatury a internetových zdrojů shrnout možnosti farmářů k přímému prodeji jejich produktů a navrhnout opatření podporující přímý prodej zemědělských produktů a rozvoj farmářských trhů, a to na základně informací, které budou vycházet z provedených rozhovorů s farmáři.

Bakalářská práce je rozdělena na čtyři části. První část se zabývá všeobecnými informacemi o zemědělství v České republice a dále pak o zemědělství v Plzeňském kraji, na který se autorka ve své práci zaměřuje, a to z toho důvodu, že v tomto kraji žije a je pro ni nejdostupnější. V této části bude popsán rozdíl mezi konvenčním a ekologickým zemědělstvím, čtenáři budou představeny základní informace týkající se dotací v zemědělství v České republice. Následující část se týká konkrétních forem přímého prodeje zemědělských produktů. Mezi tyto formy patří prodej ze dvora, prodej prostřednictvím bedýnek, prodej na farmářských trzích a ve farmářských obchodech. Všechny tyto formy budou čtenáři představeny a budou popsány jejich výhody a nevýhody.

Po této teoretické části následuje část praktická, která byla prováděna formou rozhovorů s vybranými producenty a prodejci zemědělských produktů zaměřených na přímý prodej a farmářské trhy. Zde budou představeni čtenáři dva konkrétní farmáři a detaily o jejich hospodaření. Ke shrnutí získaných informací o těchto farmářích byla vytvořena SWOT analýza. Následně jsou zpracovány poznatky z autorkou navštívených farmářských trhů. Na základě těchto rozhovorů jsou v další části této bakalářské práce zpracována opatření pro další rozvoj přímého prodeje zemědělských produktů a farmářských trhů.

2 Rámcové podmínky

2.1 Zemědělství v České republice

Zemědělství patřilo k nejdůležitějším odvětvím v České republice již od nepaměti. České zemědělství je spojeno pojmem venkov (Binek, 2007) a pro lidi na venkově představovalo hlavní zdroj obživy. Dále může být zemědělství v České republice spojeno s tradicí, díky které byla po staletí zaručena soběstačnost českého národa v základních potravinách a také se díky ní naše zem proslavila v zahraničí. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011a)

Venkovské regiony zahrnují 99,4% území České republiky a žije zde 88,6% všech obyvatel, avšak zemědělskou produkcí se zabývá jen přibližně 3,8% z nich. (Fajmon, 2010) 54% rozlohy České republiky je klasifikováno jako zemědělská půda, což znamená, že zemědělství podnikatelé v ČR obhospodařují přibližně 4 264 tis. ha zemědělské půdy. Oproti výměře orné půdy, která v posledních deseti letech trvale klesá, se výměra trvalých travních porostů zvyšuje. Lesní pozemky zabírají více než třetinu půdního fondu nacházejícího se na území České republiky. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011a) Téměř 90% zemědělské půdy je v ČR producentům pouze pronajímáno. (Fajmon, 2010) Podíl pracovníků zaměstnaných v zemědělské výrobě neustále klesá a v současné době tvoří podíl těchto pracovníků ve struktuře zaměstnanosti 2,9%. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011a)

Venkov je potřeba udržovat a možností tohoto udržování je harmonický rozvoj zemědělské výroby, a to i přes pokles zaměstnanosti a transformaci zemědělství. Pro oživení venkova je potřeba dbát o zemědělství jako významného zaměstnavatele ve venkovském prostoru; jako podnikatelský sektor, který se podílí na rozvoji území; jako hlavní subjekt, jenž ovlivňuje prostorové uspořádání venkovského prostoru; a samozřejmě o zemědělství jako odvětví, které pečuje o krajinu. (Binek, 2007)

Vzhled a možnosti rozvoje určitého venkovského prostoru je určen charakterem zemědělství, který je daný zejména přírodními podmínkami a sídelní strukturou. Proto je žádoucí, se při hodnocení provázanosti rozvoje venkova a zemědělství zabývat zemědělskými kategorizacemi území. V současné době jsou pro hodnocení uplatňovány tyto tři typy kategorizace zemědělského území:

- zemědělské výrobní oblasti, které jsou vymezeny pro pěstování kukuřice, řepy, brambor a píce
- méně příznivé oblasti, do nichž se řadí například horské oblasti či oblasti se specifickými omezeními, což jsou ucelená území přiléhající k horským oblastem na severozápadě a východě České republiky a pro tyto oblasti je nezbytná podpora pro udržení a obnovení kulturního rázu krajiny
- zranitelné oblasti, které jsou vymezeny katastrálním územím ČR a které zabírají 44 % z celkové výměry zemědělské půdy České republiky. (Bínek, 2007)

Vedle výroby potravin je důležitým úkolem zemědělství také společenská a ekologická funkce. K činnostem, které jsou prospěšné pro veřejnost i životní prostředí, jsou zemědělci vedeni i velkou škálou dotačních nástrojů, a to národních i evropských. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011a)

2.1.1 Dotace v zemědělství

Pro zemědělce jsou velice důležité k jejich podnikání dotace. Díky dotacím si zemědělci mohou dovolit zakoupení určitého vybavení, strojů a dalšího náčiní potřebného pro jejich rozvoj a následnou produkci plodin a produktů. Jedním z důvodů, proč jsou pro zemědělce dotace tolik potřebné, je dle autorčina názoru to, že zemědělství nepatří v České republice k dostatečně ziskovému oboru podnikání a pokud se chce zemědělec uživit, pokračovat ve své činnosti a rozvoji, tak mu nestačí jen zisky z jeho činnosti.

Pojem dotace je v ekonomii popsán jako peněžitý dar nebo jemu podobná peněžitá úhrada ze strany státu nebo územně správního celku určitému subjektu s cílem snížení ceny určitého statku, jehož poskytování je ve veřejném zájmu. (Kouřilová, Pšenčík a Kopta, 2009)

Dotace v zemědělství slouží ke strategickým opatřením s cílem minimalizovat negativní dopady socioekonomického prostředí na přírodní prostředí určité oblasti, pomáhají k přeměně struktury výroby, rozvíjí multifunkční aktivity subjektů v zemědělské prvovýrobě, zlepšují sociální atributy, rozvíjí indikátory hodnocení trvale udržitelného rozvoje venkova. (Kouřilová, Pšenčík a Kopta, 2009)

Dotace mají také zvláštní postavení v politickém soupeření. Může nastat situace, kdy dojde kvůli výpadku v zásobování k nedostatku potravin a postupně k růstu cen potravin, to mimo jiné ovlivní společenské klima a přinese s sebou nepříjemnou

politickou situaci. Proto je politicky přijatelnější nadprodukce, kterou nedokáže domácí hospodářství smysluplně využít, avšak se s ní snáze vyrovná než s nedostatkem. (Kouřilová, Pšenčík a Kopta, 2009)

V roce 2012 byly dotace z evropských zdrojů do českého zemědělství ve výši 34,8 miliardy korun. Největší část těchto dotací tvořily přímé platby a druhý nejvyšší objem byl určen pro Program rozvoje venkova. Velice příjemná zpráva pro české zemědělce je ta, že v roce 2013 by se výše dotací z evropských zdrojů mohla zvýšit až na 39,6 miliardy korun. Stejně tak ohlásilo ministerstvo zemědělství zvýšení dotací z národních zdrojů z 1,18 miliardy Kč v roce 2012 na 1,3 miliardy Kč v tomto roce. Tato zpráva asi nejvíce potěší chovatele drůbeže a prasat, protože pro ně určené dotace se zvýšily o více než 150 milionů korun. Ministr zemědělství Petr Bendl tuto situaci komentuje slovy: „*Živočišnou výrobu podporujeme, abychom zvrátili trend zvyšující se závislosti na dovozu, a současně chceme docílit zvýšení počtu pracovních příležitostí na venkově*“. Právě toto tvrzení pana Bendla plně vystihuje celou podstatu dotací a jejich cíl, což je snížení závislosti na dovozu a zvýšení počtu pracovních míst. (Štverák, 2013)

2.1.2 Konvenční zemědělství

Konvenční zemědělství můžeme popsat jako zemědělství, při kterém je půda hnojena minerálními hnojivy, jež zhoršují strukturu půdy, škůdci a choroby rostlin jsou ničeni syntetickými pesticidy hubící často i užitečné organismy. Zvířata jsou v konvenčním zemědělství chována podle potřeb člověka, což má za následek, že na malém prostoru je chován velký počet zvířat. Provozování konvenčního zemědělství nežádoucím způsobem ovlivňuje krajinu a jednotlivé složky životního prostředí. (Hradil, 2001)

2.1.3 Ekologické zemědělství

Opakem konvenčního zemědělství je zemědělství ekologické. Výsledkem tohoto typu zemědělství jsou takzvané biopotraviny. Dle názoru autorky se v závislosti na zvyšování zájmu o biopotraviny, zvyšuje také počet zemědělců, kteří se věnují ekologickému zemědělství. Tento typ zemědělství je velice populární i díky tomu, že plodiny takto vypěstované jsou zdravější a kvalitnější než plodiny pěstované konvenčním způsobem.

Ekologické zemědělství je definováno v zákonu č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, který je v platnosti od 1.1.2001. „*Ekologickým zemědělstvím se rozumí zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky stanovením omezení či zákazů používáním látek a postupů, které zatěžují, znečišťují nebo zamořují životní prostředí nebo zvyšují rizika kontaminace potravinového řetězce, a který zvýšeně dbá na vnější životní projevy a chování a na pohodu chovaných hospodářských zvířat.*“ (Hradil, 2001, s. 4)

Ekologické zemědělství lze tedy popsat i jako moderní formu obhospodařování půdy, při kterém se nepoužívají chemické vstupy s nepříznivými dopady na životní prostředí, na zdraví lidí i na zdraví hospodářských zvířat. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011b) Nepoužívají se při něm umělá hnojiva, syntetické prostředky na ochranu rostlin, genově manipulované organismy. Hospodářská zvířata se v ekologickém zemědělství chovají přirozeně bez stimulátorů růstu nebo hormonálních látek. (Hradil, 2001)

Pro znázornění vzrůstající tendence počtu podniků provozujících ekologické zemědělství a výměry zemědělské půdy v ekologickém zemědělství byla vytvořena následující tabulka. V počátcích ekologického zemědělství v 90. letech minulého století se mu věnovaly jen 3 podniky na 480 ha zemědělské půdy. Počet zemědělců provozujících ekologické zemědělství vzrostl za 12 let na 3 934, tito zemědělci hospodařili na celkové výměře 488 658 ha, což představuje podíl 11,46% z celkové výměry zemědělské půdy. Tento vzrůstající trend hodnotí autorka velice kladně, protože si myslí, že je potřeba se věnovat více ekologickému zemědělství a nezatěžovat tolik životní prostředí. (Ministerstvo zemědělství, 2013c)

Tabulka č. 1: Vývoj výměry zemědělské půdy a podniků v ekologickém zemědělství ČR

Rok	Počet podniků celkem	Výměra zemědělské půdy v ekologickém zemědělství v ha
1990	3	480
1995	181	14 982
2000	563	165 699
2005	829	254 982
2010	3 517	448 202
2012	3 934	488 658

Zdroj: Vlastní zpracování (2012), podle Ministerstva zemědělství (2013c)

2.1.4 Biopotraviny

Biopotraviny se v současné době stávají stále více populární širokou veřejností. Lidé je dle autorčina názoru považují za chutnější a zdravější než klasické potraviny. Proto jsou lidé také ochotni za tyto potraviny zaplatit vyšší částku než u běžných potravin. To, že jsou biopotraviny dražší než jiné potraviny, je způsobeno tím, že i ekologické zemědělství, ze kterého vycházejí biopotraviny, je nákladnější než zemědělství konvenční.

Ze zákona č. 242/2000 Sb. vyplývá, že bioprodukt je surovina rostlinného nebo živočišného původu pocházející z ekologického zemědělství, která je určena k přímé spotřebě nebo dalšímu zpracování. (Hradil, 2001)

Za biopotravinu můžeme považovat potravinářských výrobek, který je zhotovený z bioproduktů a dalších povolených surovin, přídatných a pomocných látek. Při výrobě biopotraviny je zakázáno například bělení, působení hormonů, ozařování a mikrovlnný ohřev, nakládání s použitím chemikálií či používání syntetických přídatných látek. Biopotraviny jsou dražší než běžné potraviny hlavně díky tomu, že ekologická produkce vyžaduje více ruční práce, při výrobě biopotravin nejsou používány chemické přídatné látky a výroba je tudíž problematictější a dražší, dalším důvodem je to, že biopotraviny jsou živé a chemicky se nekonzervují, mají tedy kratší spotřební lhůtu a je u nich vyšší riziko ztrát. (Hradil, 2001)

První biopotraviny se v České republice objevily v letech 1992-1993. V roce 1992 čítal sortiment biopotravin pouze několik málo položek, mezi kterými bylo například zrní několika druhů obilovin, mouky a těstoviny. Od té doby se počet biopotravin neustále zvyšuje. Biopotraviny jsou nabízeny spotřebitelům například v prodejnách zdravé výživy, v supermarketech, ve farmářských obchodech i na farmářských trzích. (Hradil, 2001)

Nabídka českých biopotravin je velice široká a obsahuje například tyto výrobky: mléko a mléčné výrobky, pečivo, čaje, koření, mouku, těstoviny, vejce, dětskou výživu, kuřecí, hovězí či vepřové maso, zeleninu, ovoce, sušené ovoce, víno a další.

Ze zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství také vyplývá, že výrobce má povinnost označovat balené biopotraviny národní logem BIO, tzv. „biozebrou“. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011d)

Obrázek č. 1: Označení biopotraviny



Zdroj: Ministerstvo zemědělství, c2009-2011d

Potravina označená slovem BIO musí být na obalu opatřena kódem organizace, která provedla kontrolu výrobku, zda skutečně splňuje zákonné podmínky pro biopotraviny. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011d) Spotřebitel si díky tomuto kódu může dohledat na stránkách jednotlivých kontrolních organizací, jestli výrobek skutečně prošel kontrolou. Mezi organizace, které v současné době kontrolují biopotraviny, patří ABCert, BIODONT CZ a KEZ o. p. s. (Biospotřebitel, datum nenalezeno)

V roce 2010 činil celkový obrat biopotravin v České republice přibližně 2,1 miliardy korun. Čeští spotřebitelé v roce 2010 utratili za biopotraviny 1,6 miliardy korun. Jednou z cest jak biopotraviny zakoupit je přímý prodej ze dvora a od výrobců a distributorů, touto cestou bylo zakoupeno 4% biopotravin. (Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2012)

2.1.5 Regionální potraviny

Autorka práce se velice často při hledání informací a provádění výzkumu pro tuto práci setkávala s pojmem regionální potravina. Regionální potraviny jsou spojeny jak s farmářskými trhy, tak i s farmářskými obchody, a to tak, že jsou zde zákazníkům nabízeny ke koupi. Proto autorka považuje za potřebné seznámit s touto značkou i čtenáře.

Značka Regionální potravina je, podobně jako značka kvality KLASA, udělována Ministerstvem zemědělství, a to již třetím rokem. Tuto značku získávají nejvyšší zemědělské nebo potravinářské výrobky, které zvítězí v krajských soutěžích. Cílem projektu Regionální potravina je podpora domácích producentů lokálních potravin a motivace zákazníků k vyhledávání těchto potravin na pultech obchodů, na farmářských trzích nebo přímo u výrobce. Ocenění regionální potraviny získalo již 273 produktů. (Regionální potravina, datum nenalezeno a)

Výrobky značky Regionální potraviny jsou označeny na obalu zelenomodrým logem Regionální potravina.

Obrázek č. 2: Logo Regionální potraviny Plzeňského kraje



Zdroj: Úhlava, 2013

Vznik této značky má hned několik důvodů. Tato značka zaručuje spotřebiteli, že zakoupený produkt i suroviny, které byly použity při jeho výrobě, pochází z domácí produkce a že produkt i suroviny na jeho výrobu byly vyrobeny či vypěstovány na území kraje, kde bylo ocenění uděleno. (Regionální potravina, datum nenalezeno a) Produkty s oceněním Regionální potravina jsou kvalitní, chutné, tradiční či speciální. Dalším důvodem je to, že tyto potraviny jsou mnohem čerstvější než potraviny, které

k nám putují z velké dálky, a to hlavně díky krátkým distribučním cestám od výrobce ke spotřebiteli. Výhodou je také to, že doprava regionálních potravin, díky krátké dopravní vzdálenosti, nezatěžuje tolik životní prostředí. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011e) Kvalita oceněných regionálních potravin musí splňovat nejpřísnější evropské i národní požadavky. Produkty, které jsou oceněny značkou Regionální potravina, se odlišují od jiné produkce dostupné na trhu svou jedinečností. Výrobky jsou výjimečné svou tradiční recepturou typickou pro daný kraj, originálním výrobním postupem či využitím specifické regionální suroviny. (Regionální potravina, datum nenalezeno a)

Spotřebitel nákupem potraviny označené logem Regionální potravina podporuje svůj kraj, zemědělce v tomto kraji a zaměstnanost v daném regionu. Díky prosperujícím zemědělcům, zpracovatelům a prodejcům je pak větší záruka udržení či růst počtu pracovních míst v kraji. (Ministerstvo zemědělství, c2009-2011e)

Značku Regionální potravina může získat pro potravinářské či zemědělské výrobky jen výrobce, který vlastní malý nebo střední potravinářský podnik tzn. podnik s nejvýše 250 zaměstnanci. Kategorií výrobků, které mohou získat ocenění Regionální potravina, je celkem 9: masné výrobky tepelně opracované, masné výrobky trvanlivé, sýry včetně tvarohu, ostatní mléčné výrobky, pekařské výrobky včetně těstovin, cukrářské výrobky včetně cukrovinek, alkoholické i nealkoholické nápoje vyjma vína, ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracované formě a ostatní. Vítěz, který tento certifikát získá, má právo užívat po dobu čtyř let značku Regionální potravina daného kraje. (Státní zemědělský intervenční fond, c2000-2013)

V Plzeňském kraji bylo od roku 2010 do roku 2012 oceněno celkem 23 potravin značkou Regionální potravina. Příkladem Regionální potraviny Plzeňského kraje je například grahamový listový šáteček s ořechovou náplní pocházející z plzeňského pekařství PEKO, medovina z Českého lesa s příchutí chmele a zázvoru od pana Lstibůrka, Přešínská klobása či Přešínský špekáček vyrobený v řeznictví a uzenářství Herejk, přírodní sýr od pana Josefa Martínka, porcovaný uzený kapr pocházející ze zpracovny ryb Klatovy a mnoho dalších. Přehled všech výrobků oceněných značkou Regionální potravina Plzeňského kraje je k nahlédnutí v Příloze A (Regionální potravina, datum nenalezeno b)

2.2 Zemědělství v Plzeňském kraji

Vzhledem k tomu, že se tato práce zaměřuje na možnosti prodeje farmářů z Plzeňského kraje, považuje autorka za potřebné uvést základní informace týkající se zemědělství v Plzeňském kraji.

Plzeňský kraj patří mezi kraje České republiky, kde má zemědělství významné postavení. V roce 2010 se zde nacházelo celkem 1 764 subjektů, které se věnovaly zemědělství, z nichž více než 86 % byly fyzické osoby a zbylých přibližně 14 % tvořily osoby právnické. (Český statistický úřad, 2011) Počet zemědělských subjektů se však snižuje, což dokazuje skutečnost, že v roce 2007 zde bylo subjektů věnujících se zemědělství 2 214. (Český statistický úřad, 2009) Dle autorčina názoru to může být způsobeno tím, že je zde velký rozvoj průmyslového odvětví a plochy, původně určené k zemědělství, jsou nahrazovány průmyslovými zónami. Dalším z důvodů může být skutečnost, že zemědělství je v České republice nedostatečně podporováno státem a zemědělci se tudíž mohou potýkat s nemalými finančními problémy. Autorka se také přiklání k názoru, že za klesající počet zemědělců v ČR může nedostatečná konkurenceschopnost českých zemědělců. Do České republiky jsou dováženy levnější plodiny a potraviny z okolních států a čeští zemědělci nejsou schopni konkurovat jejich nízké ceně.

Zemědělství v Plzeňském kraji je také ovlivněno věkem pracujících v tomto oboru. V roce 2010 zde bylo celkem 12 189 lidí pracujících v zemědělství, z toho 9 693 osob zaměstnaných v zemědělství pravidelně. Nejvíce zaměstnanců se nacházelo ve věkové kategorii 55-64 let, dále pak 45-54 let. Autorka práce shledává za velice nežádoucí, že stav pracovníků v zemědělství ve věkové kategorii 65 a více je stále vyšší než pracovníků mladších než 24 let. Generace zemědělců stárne a tito lidé již nemají tolik energie na práci ve svém hospodářství a často se zemědělstvím končí, protože nemají nikoho, kdo by v jejich práci pokračoval. Toto může být dle autorky práce také důvod k tomu, že se snižuje celkový počet subjektů v zemědělství. (Český statistický úřad, 2011)

Zemědělci v Plzeňském kraji obhospodařovali v roce 2010 celkem 315 000 ha zemědělské půdy. Autorka chce poukázat na zajímavý fakt, že i přesto, že 86 % zemědělských subjektů tvořily fyzické osoby, tak fyzické osoby pracovaly jen přibližně na 30 % z celkové výměry zemědělské půdy a zbylých 70 % bylo obhospodařováno

osobami právníckými. Za nepříjemnou skutečnost považuje autorka práce to, že většina zemědělské půdy je zemědělcům pouze pronajímána. (Český statistický úřad, 2011)

Většina zemědělských subjektů se v Plzeňském kraji zabývá takzvaným smíšením hospodářstvím, což znamená, že zemědělec chová například ovce, prasata, drůbež či koně a může se věnovat i pěstování různých plodin. Tento zemědělec se tedy neorientuje jen na jednu určitou oblast chovu či pěstování. Velké zastoupení má v Plzeňském kraji také pěstování obilovin, luštěnin a olejnatých semen a chov skotu. Naopak se v Plzeňském kraji nevyskytují žádné subjekty, které by se věnovaly pěstování prádlných rostlin a koření, aromatických, léčivých či farmaceutických rostlin, což může být dáno podnebím a půdou v Plzeňském kraji. (Český statistický úřad, 2011)

3 Formy přímého prodeje

Stejně jako zemědělci po celé České republice mají i zemědělci v Plzeňském kraji několik možností, jak prodávat své produkty. Zaměříme-li se na menší farmáře, kteří nedodávají své produkty do výkupů, obchodním řetězcům a podobně, ale snaží se najít přímější cestu prodeje produktů zákazníkům. Na základě studia literatury a internetových zdrojů bylo zjištěno, že takový farmář má několik možností, jak prodat své produkty zákazníkovi. Nejjednodušší cestou je přímý prodej ze dvora, kdy si zákazník sám vyhledá farmáře a nákup probíhá většinou v hospodářství farmáře. Další možností je takzvaný bedýnkový prodej, kdy dodává zemědělec produkty v bedýnkách spotřebiteli. V posledních letech se stalo velice populárním i v Plzeňském kraji nabízet své produkty spotřebitelům na farmářských trzích. A v návaznosti na farmářské trhy se staly oblíbenými také farmářské obchody, kam farmáři dodávají své produkty. Tyto možnosti budou čtenáři v následujících částech přiblíženy.

3.1 Prodej ze dvora

Autorka práce považuje prodej ze dvora za nejjednodušší formu prodeje ze strany prodejce. Zákazník si sám vyhledá svého prodejce, a tudíž nemusí prodejce vynaložit žádné větší úsilí k tomu, aby zákazníka získal. Farmář může tímto způsobem nabízet velké množství produktů, které jsou výsledkem jeho činnosti. Příkladem může být například prodej medu, vajec, mléka a dalších produktů, které budou uvedeny níže.

Dle knihy Jak na faremní prodej ze dvora můžeme chápat prodej ze dvora jako prodej malého množství produktů z prvovýroby chovatelem ve svém hospodářství. Tyto produkty mohou být prodávány také v tržnici, na tržišti, přímo spotřebiteli pro jeho osobní spotřebu v jeho domácnosti nebo jsou tyto produkty dodány do místní maloobchodní prodejny, a ta pak zásobuje přímo konečného spotřebitele. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Farmář je ve své výrobě omezen velkým množstvím požadavků, které jsou na něj kladeny. Tyto požadavky se týkají hlavně bezpečnosti potravin a s ní spojených veterinárních a hygienických podmínek.

Prodejce nesmí uvést potravinu do oběhu, pokud není bezpečná. Bezpečnou potravinou podle obecně závazných právních předpisů můžeme označit potravinu, která není zdraví škodlivá či která je vhodná k lidské spotřebě, a to s přihlédnutím k obvyklým

podmínkám použití potraviny spotřebitelem. Prodejce musí v souvislosti se zvláštními vlastnostmi potraviny informovat spotřebitele o tom, jak může zamezit škodlivým účinkům kupované potraviny na zdraví. Každý prodejce musí provozovat svou činnost se zřetelem na bezpečnost a sledovatelnost potravin. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Produkty z prvovýroby musí splňovat obecné veterinární a hygienické podmínky, které jsou stanoveny v § 27a odst. 3 a 4 veterinárního zákona. Zde je uvedeno, že živočišné produkty musí pocházet od zdravých zvířat, musí být zdravotně nezávadné a bezpečné z hlediska ochrany zdraví lidí i zvířat. Důležité je, že tyto produkty nesmí být zdrojem rizika šíření nálezů a nemocí přenosných ze zvířat na člověka. Produkty z prvovýroby musí být vyráběny v čistém prostředí, stejně tak zařízení a pracovní nástroje a pomůcky musí být udržovány v čistotě. Dále musí být produkty chráněny před vlivy nepříznivě působícími na jejich zdravotní nezávadnost, například před kontaminací. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Mezi produkty, které mohou být prodávány z prvovýroby, patří živá drůbež a živí králíci, čerstvé drůbeží maso a čerstvé králičí maso, nebalená čerstvá vejce, med a včelí produkty, mléko a syrová smetana, ulovená volně žijící zvířata, živé ryby a jiní živočišné pocházející z akvakultury. Prodejci jsou při prodeji omezeni hlavně množstvím prodáváných produktů. V následující části budou popsána některá specifika jednotlivých produktů. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Živá drůbež a živí králíci

Chovatel v případě prodeje živé drůbeže a králíků spotřebiteli není nijak množstevně omezen. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Čerstvé drůbeží maso a čerstvé králičí maso

Chovatel může prodávat v malém množství přímo spotřebiteli pro spotřebu v jeho domácnosti čerstvé drůbeží maso pouze, pokud jeho roční produkce nepřesáhne více než 2 000 krůt, hus, kachen nebo 10 000 kusů ostatní drůbeže. Prodejce může v tomto případě prodat nejvýše 10 kusů drůbeže za jeden týden celkem. Podobně je tomu také u králičího masa. Zvláštní podmínkou při prodeji králičího masa je, že musí být vykuchán a hlava nesmí být oddělována od těla, tudíž králík je prodáván vždy s hlavou. Pokud jsou tyto dva druhy masa prodávány v maloobchodní prodejně, musí být kupující

upozorněn dobře viditelným a čitelným upozorněním: „Maso není veterinárně vyšetřeno – určeno po tepelné úpravě ke spotřebě v domácnosti spotřebitele“. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Nebalená čerstvá vejce

Vejce mohou být prodávána spotřebiteli maximálně 21 dnů po snášce. Koupě vajec spotřebitelem je možná nejpozději 7 dnů před uplynutím doby jejich minimální trvanlivosti, protože doba minimální trvanlivosti vajec je 28 dnů od data snášky. Vejce prodávána v místní maloobchodní prodejně musí být prosvícená, musí na nich být dobře viditelná informace o minimální době trvanlivosti, jméno chovatele a adresa chovu slepic. Množství, která může být chovatelem nabídnuto k prodeji v jeho vlastním hospodářství či v tržišti je stanoveno na nejvýše 60 kusů vajec za 1 týden. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Med a včelí produkty

Včelař může uvádět do oběhu pouze med, propolis nebo mateří kašičku, který pochází od zdravého včelstva. Zdravé včelstvo je takové, v němž se nevyskytují mor včelího plodu nebo hniloba včelího plodu. Prodáváný med musí být označen jménem, příjmením a adresou bydliště včelaře, dalším povinným označením je dále druh medu podle jeho původu, množství prodáváného medu ve sklenici a datem minimální trvanlivosti. Med je prodáván v obalech splňující požadavky na obaly pro potraviny živočišného původu, tyto obaly nesmí být zdrojem kontaminace medu, nesmí být porušené a musí být čisté, při opakovaném používání musí být snadno čistitelné a dezinfikovatelné. Dalším požadavkem je, že med se nesmí vystavovat přímému slunečnímu záření. Jedním z včelích produktů je mateří kašička, jež musí být stabilizována do 3 hodin po získání a musí být uchována při teplotě maximálně 0 °C. Podle §15 odst. 4 vyhlášky č. 289/2007 Sb. je za malé množství medu pro prodej považováno množství nepřevyšující 2 tuny ročně. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Mléko a syrová smetana

Mléko, pocházející od zvířat z vlastního chovu, může být prodáváno jen se souhlasem krajské veterinární správy. Taková syrová smetana a mléko je k zakoupení buď v místě výroby, nebo prostřednictvím prodejních automatů. Zvířata, od kterých mléko pochází, musí být zdravá a nesmí vykazovat žádné příznaky nakažlivého onemocnění, které by

bylo přenosné mlékem na člověka. Tyto produkty musí pocházet z hospodářství, kde jsou dodržovány hygienické požadavky na výrobu mléka, požadavky na prostory a vybavení, na hygienu během dojení, sběru a přepravy a na hygienu personálu. Prodávané mléko musí být alespoň jednou ročně laboratorně vyšetřeno, zda neobsahuje patogenní mikroorganismy, které ohrožují zdraví lidí. Při přímém prodeji je syrové mléko prodáváno v místnosti vybavené chladicím zařízením a oddělené od stáje. Kupující musí být upozorněn na to, že syrové mléko se musí před použitím převarit. Mléko, které není prodáno do 2 hodin po nadojení, musí být zchlazeno na 8 °C a prodáno do 24 hodin po nadojení. Pokud je mléko prodáváno v maloobchodní prodejně, je prodej omezen denním zpracováním nejvýše:

- 500 l kravského mléka
- 100 l kozího mléka
- 50 l ovčího mléka. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

Živé ryby

V rámci maloobchodní činnosti je možno prodávat produkty rybolovu, jež byly zpracovány podnikem, ve kterém se týdně zpracuje maximálně 100 kg produktů rybolovu a týdně nesmí množství dodávaných produktů rybolovu překračovat 35 % produktů rybolovu, které jsou zpracovány tímto podnikem. (Drobníček, Pešán a Smetana, 2010)

3.1.1 Výhody a nevýhody prodeje ze dvora

Prodej ze dvora přináší výhody a nevýhody jak kupujícímu, tak i prodávajícímu. Výhodou kupujícího při prodeji ze dvora je především to, že se může osobně setkat s farmářem a seznámit se s jeho způsobem hospodaření a okolnostmi produkce prodáváných produktů. Naopak nevýhodou pro kupujícího se může jevit skutečnost, že musí dojíždět za prodejcem, mnohdy i na větší vzdálenosti. To, že se však kupující přepravuje k prodávajícímu, je výhodou pro prodejce. Ti tudíž nemusí vynaložit žádné větší úsilí k prodeji svých produktů. Je však potřeba dát potenciálním zákazníkům o možnosti koupě produktů nějakým způsobem vědět. Příkladem lze uvést ceduli postavenou před hospodářstvím prodávajícího s nápisem například „Prodej medu“. Nevýhodou pro prodávajícího je nepravidelný odbyt produktů. Za další nevýhodu lze považovat to, že množství nabízených produktů je omezené a často nastane situace, že

stálí zákazníci by rádi zakoupili čerstvé potraviny, avšak producent jim již nemá, co nabídnout.

3.2 Bedýnkový prodej

K další formě přímého prodeje farmářských produktů patří bedýnkový prodej, který se podle autorčina názoru stal pro zákazníky velice populárním hlavně díky tomu, že spotřebitelé jsou bedýnky dodávány domů, a tudíž nemusí vyvinout žádné větší úsilí k získání čerstvých potravin.

Prodej prostřednictvím bedýnek je tedy jedním ze způsobů distribuce čerstvých a sezónních produktů producenty přímo, případně přes jednoho prostředníka konečnému spotřebiteli. Farmář zaváže pomocí systému bedýnek přímo zákazníkům své vlastní výpěstky, ale i produkty od dalších zemědělců v sousedství či z regionu. Sortiment, který je prodáván spotřebitelům, je závislý na ročním období, očekávanému objemu sklizně a na přání zákazníků. Bedýnky s čerstvými produkty mohou být doručovány buď přímo k zákazníkovi domů, nebo na předem určené distribuční místo. Zákazníci si při nákupu bedýnek mohou vybrat množství či obsah bedýnky. Zboží je zákazníkům doručováno každý týden či jednou za 14 dní v bedýnce, tašce, košíku či přepravce za pevně stanovenou cenu. (Bio-bedýnky, c2008)

Obvyklým sortimentem bedýnek jsou hlavně různé druhy zeleniny a ovoce, dále pak mléčné výrobky, byliny, sušené ovoce, pečivo, zavařeniny med, víno nebo dokonce i maso.

Typickými znaky bedýnek jsou lokálnost, protože bedýnky by měli obsahovat lokální potraviny a umožňují osobní setkání s farmářem, dále sezónnost, rozmanitost díky tomu, že v bedýnce se nachází například více druhů ovoce a zeleniny, dalším znakem je vysoká kvalita, mnohdy výrobky totiž mají bio certifikát, přiměřená cena kvalitě a v neposlední řadě je znakem bedýnek jejich pravidelnost. (Bedýnky, c2009-2013)

3.2.1 Výhody a nevýhody bedýnkového prodeje

Jako každý způsob prodeje, tak i bedýnkový prodej přináší farmáři některé výhody i nevýhody. Skutečnost, že se praktikuje prodej prostřednictvím bedýnek, dokazuje, že pro farmáře převyšují výhody tohoto způsobu prodeje nad nevýhodami.

Pokud farmář prodává formou bedýnkového systému, má nižší náklady na organizaci prodeje, farmář není závislý na maloobchodních řetězcích. Díky bedýnkám má zemědělec možnost prodávat produkty i v menším množství a prodává právě to, co vyroste. Díky tomuto prodeji si zemědělec udržuje přímou kontrolu nad celým podnikem a nad kvalitou produktů, navíc se stýká přímo se zákazníky. Vzhledem k tomu, že je vyžadováno pěstování velkého množství druhů zeleniny pokud možno co nejdéle během roku, je potenciální finanční ztráta z neúrody jednoho druhu minimalizována. Pokud se jednou stane systém bedýnek populární, není již nutný další marketing, protože se noví zákazníci většinou o systému bedýnek dozvědí od známých. Při tomto typu prodeje dostává prodejce díky osobnímu kontaktu se zákazníkem pravidelnou zpětnou vazbu. Další výhodou tohoto systému je, že má možnost růst nebo být omezován dle potřeb pěstitele. (Bohutínská, 2010)

Naopak nevýhodou prodeje formou bedýnek je omezená nabídka sortimentu jednotlivých zemědělců. Mnohdy je také problém s logistikou, kdy slíbenou zeleninu někdy zničí krupobití. Další nevýhodou je například přebytek při velké úrodě některých druhů zeleniny či ovoce, v těchto obdobích je nutné najít další odbytiště. Při nabídce základních druhů zeleniny, jako je například cibule či brambory, kdy je potřeba, aby byly nabízeny co nejdéle, jsou vyžadovány posklizňové skladovací prostory. Kvůli množství zákazníků je potřeba mít dobře organizovaný systém sledování plateb a dodávek. (Bohutínská, 2010)

3.2.2 Freshkoš

K doplnění informací o bedýnkovém systému a jeho fungování, se autorka práce rozhodla představit čtenáři konkrétní firmu, která prodává prostřednictvím bedýnek.

Příkladem firmy, která provozuje systém bedýnek v Plzeňském kraji je firma Freshkoš, která zásobuje domácnosti v Plzni a blízkém okolí. Tato rodinná firma sídlí v Plzni v Černicích a byla založena s cílem zajistit zákazníkům kvalitní, čerstvé a chutné potraviny a zároveň být ohleduplní k životnímu prostředí, podporovat regionální zemědělce a přiblížit obyvatelům velkého města pěstování ovoce a zeleniny. (Freshkoš, c2013a)

Firma nabízí několik velikostí freshkošů, které jsou naplněny čerstvou zeleninou a ovocem a zdarma je rozváží po Plzni a okolí do 10 kilometrů, po Rokycanech a

po Berouně v předem stanovený čas k zákazníkům domů či do zaměstnání. Ovoce a zelenina pochází v sezóně od místních farmářů, mimo sezónu od farmářů evropských. Kromě ovoce a zeleniny nabízejí i velký výběr doplňkového sortimentu, jako je například chléb, čerstvá vejce, medové produkty z Pošumaví, Stvolenské mošty, konzervy Via Delicia, marmelády, BIO konopné čaje, moravská vína, čaje s kombuchou a mnoho dalších. Mimo to prodávají i Fair Trade produkty na podporu zemědělců v rozvojových zemích. Obsah freshkoše se mění každý týden v závislosti na tom, co v daný týden dozraje a bude farmářem sklizeno. Na webových stránkách firmy www.freshkos.cz je pravidelně s týdenním předstihem zveřejněn sortiment, který bude obsahem freshkošů. Zákazníci si nemohou navolit obsah koše, ale pokud je na nějaké ovoce či zeleninu odběratel alergický nebo mu nechutná, je možnost na vyžádání odebrat nežádoucí druhy a nahradit je větším množstvím zbývajících plodin. Zboží je dodáváno v bedýnce, v koši nebo v papírové tašce. (Freshkoš, c2013b)

Freshkoš nabízí celkem čtyři druhy košů, a to český freshkoš, světový freshkoš, odšťavňovací freshkoš a mimi freshkoš. Český koš obsahuje výhradně plodiny z české produkce, které pochází v zimě ze skladovacích zásob a v sezóně se liší podle toho, co právě farmářům dozrává, tento koš je dostupný ve třech velikostech (malé, rodinné a velké). Světový koš se skládá ze základních plodin z české produkce doplněné o vysoce kvalitní čerstvou zeleninu a ovoce pocházející ze zahraničních farem. Mimi koš je tvořen z nenadýmavých plodů, které jsou vhodné například pro vaření příkrmů pro děti. Odšťavňovací koš je speciální bedýnka, která je plná ovoce. (Freshkoš, c2013c)

3.3 Farmářské trhy

V posledních letech se stal velice populárním způsobem prodeje farmářských výrobků prodej na farmářských trzích. Autorka práce charakterizuje farmářských trh jako místo, většinou v centru města, kde nabízejí farmáři v pravidelném časovém intervalu, zpravidla týdně, jednou za dva týdny či měsíčně, své produkty přímo spotřebitelům.

„Farmářské trhy (sedlácké, selské, zemědělské trhy apod.) jsou forma prodeje zemědělského a potravinářského zboží pro občanskou veřejnost, jejímž cílem je podpora malých a středních zemědělských pěstitelů, chovatelů, zpracovatelů a výrobců potravin, zásobování občanů čerstvými zemědělskými plodinami a potravinami převážně českého a regionálního původu, vytvoření nového společenského prostoru, který vedle prodeje zemědělského zboží slouží k setkávání lidí, přiblížení městských obyvatel zemědělské

sezóně a přírodním cyklům, oživit vybrané prostory měst a zlepšit jejich atmosféru.“
(Ministerstvo zemědělství, 2011f)

Farmářské trhy byly založeny se záměrem obnovení tradice zemědělských tržnic a k podpoře českých zemědělců a chovatelů. (České farmářské trhy, c2010-2011)
Farmářské trhy umožňují farmářům realizovat přímý prodej jejich produktů bez velkých nákladů za přiměřené ceny, a to bez využití zprostředkovatelů. (Farmářské tržiště, c2013)

První trhy, které se konaly v Praze, zrealizovala na podzim roku 2009 paní Hana Michopulu, která je novinářkou, autorkou kuchařky a foodkritičkou. Paní Michopulu hledala farmáře a přemlouvala je k prodeji jejich produkce lidem na klánovickém tržišti na hřišti tamní školy. Postupem času si malé sobotní trhy získávaly další a další zákazníky a zájemci o kvalitní české potraviny se začali na tyto trhy sjíždět z celé Prahy. (Farmářské trhy, c2012a) Velmi se o rozvoj farmářských trhů zasloužilo také občanské sdružení Archetyp, které bylo založeno v roce 2006, a jehož cílem byla dokumentace obkladů, dlažeb a fasádních prvků v pražské historické zástavbě a mimo to se také věnovalo historii a dokumentaci pražských tržnic. Poté, co byla zrušena poslední tržnice na Pankráci, se zapojilo do občanských iniciativ, jejichž cílem byla snaha o návrat přímého prodeje a přímého kontaktu mezi pěstiteli a zákazníky a také o návrat čerstvých lokálních potravin. Občanské sdružení Archetyp vypracovalo v roce 2007 pro Magistrát hlavní města Prahy studii s cílem vtipovat v Praze vhodná místa, na kterých by se trhy mohly konat. V roce 2010 pak na základě této studie byly založeny některé farmářské trhy, které se dodnes v Praze konají. (Farmářské tržiště, c2013a)

Kvůli tomu, že mezi lidmi kolovaly různé nepravdivé informace o farmářských trzích a nikde vlastně nebylo řečeno, co to farmářské trhy jsou, a tyto trhy nebyly dostatečně charakterizovány, byl ministerstvem zemědělství zveřejněn koncem května roku 2011 kodex farmářských trhů, který slouží především k posílení důvěry zákazníků v to, že na farmářském trhu získají skutečně to, co očekávají a co trhy slibují, tedy čerstvé, kvalitní a domácí potraviny přímo od výrobců. Tento kodex je však založen na dobrovolnosti, tudíž se k němu nemusí přihlásit všichni prodejci. Ti, kteří se k němu však přihlásí, budou od ostatních na první pohled odlišeni, a to pro ně může představovat určitou marketingovou výhodu. (Dvořáčková, 2011) Z kodexu vyplývá, že

na trzích lze prodávat jen zboží, které tématicky odpovídá charakteru farmářských trhů a které vychází z české tradice, konkrétně se jedná o tradici chovu hospodářských zvířat, pěstování plodin nebo o výrobu potravinářských produktů. Cílem kodexu je přispění k lepší orientaci spotřebitelů, kde musí být základním kritériem pro kupujícího jistota o původu, kvalitě a hygienické nezávadnosti nabízených farmářských produktů. Celé znění kodexu je možno vidět v Příloze B. (Ministerstvo zemědělství, 2011f)

Mezi širokou veřejností i mezi farmáři je známým faktem, že se na některých trzích vyskytují prodejci, kteří na farmářské trhy nepatří, a to hned z několika důvodů. Jedním z nich je, že tito prodejci nabízejí zboží, které neodpovídá charakteru trhů, jako například oblečení od vietnamských obchodníků. Jiní prodejci by se zase dali popsat jako takzvaní překupníci. Je známa aféra, kdy „farmáři“ zakoupili rajčata ve velkoobchodu Makro a poté je nabízeli na farmářských trzích jako zelináři, kteří je sami vypěstovali. Proto byla potřeba nějaké organizace, jež by se zabývala těmito problémy, následně je řešila či se jim snažila zabránit.

21. září 2012 byla veřejnosti poprvé představena nově založená Asociace farmářských trhů České republiky, jejímž hlavním cílem je posílit věrohodnost farmářských trhů v České republice. Zakládajícími členy této asociace jsou občanské sdružení Archetyp, které organizuje pražské farmářské trhy Náplavka a Jiřák, dále Envic, což je organizátor trhů v Plzni, a posledním zakládajícím členem je Trhni se pořádající trhy v Roudnici nad Labem. Tato asociace prověřuje farmáře dodávající na trhy své produkty a prodejce těchto produktů. Kupující, kteří nakupují zboží na trzích Asociace farmářských trhů, mají stoprocentní záruku, že kupují výrobky, které jsou skutečně tuzemského původu a pocházejí od konkrétních farmářů. Tímto zabraňují situacím, kdy jsou na farmářských trzích nabízeny výrobky, které byly nakoupeny ve velkoskladech či v maloobchodních sítích. Prověření prodejci mají při prodeji cedulku, na které je uvedeno identifikační číslo prodejce, jméno a příjmení a firma prodejce, adresa sídla podnikání, hlavní prodávaný sortiment, případná ocenění výrobku, informace zda je dotyčný prodejce výrobce nebo autorizovaný prodejce a další. (Havel, 2012)

Podle standardů Asociace farmářských trhů musí alespoň 50 % produktů, které jsou na trzích prodávány, pocházet z kraje, kde se trhy konají (výjimkou je Praha, kde je tato podmínka nesplnitelná). Podíl nepotravinářského zboží prodáváného na trzích nesmí přesáhnout hranici 10% všech nabízených produktů a nabízet lze nepotravinářské zboží,

kteřé přímo souvisí s prodejem a zpracováním potravin. Další podmínky, které musí splňovat farmářské trhy pořádané členem Asociace farmářských trhů, jsou například, že zboží musí pocházet od farmáře nebo výrobce, který garantuje jeho původ z vlastních zdrojů a ten je schopen prokázat, tuzemské potraviny musí tvořit alespoň 90% všech nabízených potravin, zahraniční potraviny jsou povoleny jen takové, které mají vysokou kvalitu a jejichž ekvivalent nelze najít na českém trhu, například olivový olej z malé řecké farmy. K další podmínce patří to, že trhy se nesmí pořádat v prostorách nákupních center, a to ani na jejich parkovištích, trh pořádaný členem Asociace farmářských trhů musí být tvořen minimálně deseti prodejními místy s potravinářským zbožím a musí být pořádan alespoň jednou měsíčně. (Havel, 2012)

K tomu, aby si farmářské trhy udržovaly stále dobrou úroveň prodeje a prodávaly se zde produkty jen prvotřídní kvality, je potřeba dodržovat určitá pravidla. Farmářské trhy často navštívuje kontrola ze Státní veterinární správy, která dohlíží na to, zda jsou prodávány potraviny správným způsobem a zda se dodržují hygienické podmínky.

Za tímto účelem bylo sepsáno Státní veterinární správou České republiky desatero zásad k prodeji na farmářských trzích, které jsou pro farmáře zde prodávající povinné.

- Na trzích mohou prodávat chovatelé produkty zvířat z vlastního chovu za stejných podmínek jako při prodeji ze dvora, například maso z drůbeže a králíků musí být vykucháno a u králíků nesmí být oddělena hlava, vejce jsou prodávána prosvícená a označená jménem a adresou chovatele v maximálním množství 60 kusů jednomu konečnému spotřebiteli, včelí produkty pocházejí od včelstev ze stanovišť nacházející se ve stejném kraji jako trh, med musí být označen jeho druhem, množstvím, jménem, příjmením a adresou včelaře.
- Je zakázáno prodávat zde maso z domácí porážky provedené v hospodářství a výrobky z tohoto masa, výjimkou je drůbež a králíci.
- Prodejce je povinen udržovat teploty prodávaných potravin. Příkladem je například teplota 7 °C pro vepřové, hovězí a skopové maso, 4 °C pro maso drůbeží a králíci, 3 °C pro vnitřnosti, 5-18 °C pro vejce, 4-8 °C pro mléčné výrobky, 0 °C pro čerstvé chlazené ryby.
- Potraviny z předchozího bodu musí být označeny informací o jejich názvu, množství a datu použitelnosti nebo datu minimální trvanlivosti. Prodávající musí být na místě schopen doložit původ prodávaného produktu.

- Je nepřípustné mít v názvu potraviny označení „domácí“.
- Stejně tak je nepřípustné nabízet potraviny s prošlou dobou použitelnosti.
- Po celou dobu uvádění do oběhu musí být potraviny chráněny před kontaminací či před přímým vlivem klimatických podmínek.
- Všechny předměty či zařízení přicházející do styku s potravinami musí být čisté a nesmí být zdrojem kontaminace.
- Osoby, které manipulují s potravinami, mají povinnost dodržovat požadavky na osobní hygienu a nosit čistý oděv. Například při prodeji nebaleného masa musí mít k dispozici zdroj pitné vody na umytí rukou.
- Potravinářské či jiné odpady musí být co nejrychleji odstraňovány, aby bylo zabráněno jejich hromadění a nepředstavovaly přímý ani nepřímý zdroj kontaminace. (Státní veterinární správa, 2012a)

Jak již bylo zmíněno, na trzích mohou zákazníci zakoupit jen zboží, které tematicky odpovídá charakteru farmářských trhů a které vychází z české tradice. Základní vlastností zboží na farmářských trzích je čerstvost, sezónnost, originalita, poctivé zpracování bez zbytečných dochucovadel, konzervantů a barviv nepřirodního původu. Nabízený sortiment se mění v závislosti na ročním období, průběhu sklizně konkrétních plodin a nabídce a zpracovatelů. (Plzeňské trhy, datum nenalezeno a)

Mezi nejčastěji nabízené produkty patří maso a uzeniny, čerstvá zelenina, ovoce, vejčeka, med a jiné včelí produkty, pečivo a cukrářské výrobky, koření, bylinky, mléčné výrobky, mošty, pečené čaje, sazeničky, květiny, rukodělné výrobky a další.

Lidé si často výrobky, které jsou na farmářských trzích nabízeny, spojují s potravinami s označením BIO. Konkrétně je 15 % Čechů přesvědčeno, že farmářský výrobek má tu samou garanci kvality jako BIO potravina. To ovšem není vždy pravda. Pravdou je, že někteří farmáři vyrábí automaticky v biokvalitě, avšak formálně všechny ekologické postupy dodržovat nemusí. Na druhou stranu bio výrobek musí dodržovat ekologické postupy, ale nemusí vůbec pocházet z České republiky a nemusí mít status lokální potraviny. (ama, 2012)

Jak již bylo zmíněno výše, průkopníkem novodobých farmářských trhů byla Praha. Na počátku konání farmářských trhů v České republice se konkrétně v červenci 2010 konalo celkem 46 trhů po celé České republice, z toho 21 v Praze, což je téměř polovina ze všech uspořádaných trhů. Co se týče intervalu pořádání trhu, převažuje konání

týdenní trhů, příkladem může být například červenec roku 2010, kdy bylo 33 uspořádaných farmářských trhů týdně a pouze 12 trhů se konalo v jiném než týdenním intervalu, nebo například v říjnu roku 2012 se 90 trhů z celkových 158 konalo v pravidelném týdenním intervalu. Důvod, proč se nekonají všechny trhy v týdenním intervalu, a se kterým autorka této práce plně souhlasí, vysvětlují slova Pavlíny Honzů: „Lze usuzovat na větší opatrnost organizátorů a obavu, že při častějších konání trhů by byla nižší kupní síla, případně že nebudou schopni zajistit kvalitní prodejce, pokud by trhy byly konány častěji“ (Krbcová, 2013a)

V následující tabulce můžete vidět celkový počet trhů, které se konaly v České republice ve vybraných měsících. Největší počet uspořádaných trhů byl v říjnu roku 2011. V roce 2010 farmářské trhy v České republice teprve začínaly, města ještě neměla o tomto budoucím fenoménu dostatek informací, neměla dostatečně vymyšlenou koncepci a do organizování trhů se tolik nepouštěla. Na počátku roku 2011 se počet trhů zdvojnásobil a největší boom trhů nastal o půl roku později. Následně se však počet konaných farmářských trhů snížil. Za tuto skutečnost mohlo založení Asociace farmářských trhů, která stanovala podmínky pro konání trhů, a některé z nich byly zrušeny. Postupně se počet trhů opět začal zvyšovat, což je samozřejmě velice příznivá skutečnost.

Tabulka č. 2: Celkový počet trhů v České republice v jednotlivých datech

	červenec 2010	duben 2011	říjen 2011	duben 2012	říjen 2012
Celkový počet trhů	46	97	183	136	158

Zdroj: vlastní zpracování (2013), podle Pavlíny Honzů (c2012a)

3.3.1 Farmářské trhy v Plzeňském kraji

Farmářské trhy jsou zde umístovány stejně jako v celé České republice do dostupných center měst, na náměstí, nádvoří či do parků. Téměř všechny farmářské trhy začínají v březnu a lidé na nich mohou nakupovat až do prosince. Trhy se v Plzeňském kraji v jednotlivých městech konají v pravidelném časovém intervalu, a to jednou za dva týdny či jednou za měsíc. V Plzeňském kraji se tedy neobjevují trhy s týdenním

intervalem, které můžeme nalézt například v Praze, v Plzni se farmářské trhy konají jednou za dva týdny a například v Nepomuku jsou trhy pořádány jednou za měsíc.

V Plzeňském kraji se konají v pravidelných intervalech jen 4 farmářské trhy. Ve srovnání s jinými kraji České republiky je toto velmi malý počet. Pro porovnání lze uvést například město Praha, kde bylo v říjnu 2012 pořádáno 46 farmářských trhů. Velký počet farmářských trhů se také koná v kraji Středočeském a Ústeckém. Naopak stejně jako v kraji Plzeňském i v Pardubickém jsou pořádány jen 4 farmářské trhy. Ještě méně farmářských trhů se koná v kraji Karlovarském. V Příloze C lze nalézt tabulku, ve které je vypracován přehled počtu konaných farmářských trhů v jednotlivých krajích České republiky. Dle autorčina názoru je důvodem k tomu, že se největší počet trhů koná na území Prahy, nákupní chování spotřebitelů v Praze. Lidé zde chtějí ve větším počtu zakupovat kvalitní potraviny, jaké jsou na trzích v dostání, neorientují se tolik na cenu, jako obyvatelé ostatních krajů České republiky. (Honzů, c2012b)

Konkrétně nalezneme v současné době v Plzeňském kraji farmářské trhy v Blovicích, Nepomuku, Sušici a samozřejmě v Plzni. Plzeňské farmářské trhy jsou pořádány v pravidelných intervalech jednou za dva týdny na nádvoří hotelu Gondola a v Pallově ulici v Plzni u Mlýnské strouhy. (Plzeňské farmářské trhy, datum nenalezeno b) Farmářské trhy v Nepomuku, Blovicích i Sušici se konají jednou měsíčně na místních náměstích.

Propagace farmářských trhů

Stejně jako produkty či různé akce i farmářské trhy je potřeba nějakým způsobem propagovat, tak aby se o nich dozvěděli potenciální zákazníci i prodejci.

K propagaci farmářských trhů lze využít velké množství prostředků, avšak neúčinnější reklamou pro farmářské trhy je jejich dobrá pověst a spokojenost zákazníků. Pokud je farmářský trh dobře veden a jsou na něm prodávány kvalitní a chutné potraviny, spokojení návštěvníci o něm řeknou svým přátelům a přilákají tím na farmářský trh další a další klientelu.

Přesto ale přijde vhod dobře cílená propagace obzvláště v období, kdy je daný farmářský trh na svém počátku. Pořadatelé farmářských trhů využívají k propagaci například webových stránek, které mají vlastní hlavně trhy pořádané ve velkých městech. Příkladem je například farmářský trh v Plzni, kde nalezneme informace

na webových stránkách www.plzensketrhy.cz. Zde se dozvíme informace o termínech, kdy se trhy konají, informace o prodejcích, kteří zde nabízejí zboží a další. (Plzeňské farmářské trhy, datum nenalezeno c) Farmářské trhy, které jsou pořádány v menších městech, své vlastní webové stránky nemají. Příkladem jsou například trhy v Nepomuku či v Blovicích. Informace o farmářských trzích v těchto městech jsou však k nalezení na webových stránkách měst, například na webové adrese www.blovice-mesto.cz nalezneme záložku Farmářské trhy a zde lze nalézt informace o termínech, kontakty, provozní řád farmářských trhů a další informace. (Město Blovice, c2013)

Další možností propagace farmářských trhů je využití sociálních sítí, jako je například facebook. Ten ke své propagaci využívají i Plzeňské farmářské trhy a prostřednictvím facebooku se šíří informace o konkrétních prodejcích, které budou v daném termínu na trzích prodávat, fotografie z trhů a lidé zde mohou sdělovat své názory na trhy. (Plzeňské farmářské trhy, 2013)

Jednou z dalších možností propagace trhů je umístění článků do místních novin či městských zpravodajů. Příkladem je například propagace farmářských trhů v Nepomuku na místní televizní stanici NIKA-TV, což je Nepomucký informační kanál, či v Nepomuckých novinách.

Mezi další možnosti propagace farmářských trhů patří například letáky, plakáty, reklama v rádiích a mnoho dalších.

Cena místa a produktů na farmářských trzích

Na trzích se netočí peníze jen kolem zboží, které je zde nabízeno, ale i kolem stánků, ve kterých jsou produkty prodávány. Pronájem stánků na farmářských trzích bývá v některých městech zpoplatněný, naopak v jiných je město půjčuje prodejcům zdarma. Příkladem trhů, kde město poskytuje prodejcům stánky zdarma, jsou například trhy v Nepomuku či v Blovicích. Naopak trhy, kde musí platit farmáři poplatky, se nacházejí například v Plzni, Domažlicích, Klatovech či v Blatné. Poplatek za pronájem místa na Plzeňských farmářských trzích je ve výši 800 Kč.

Na druhé straně od poplatků za pronájem stánků, které platí prodejci, se nachází tržby, které získají prodávající za své produkty od zákazníků. Cena produktů prodávaných na farmářských trzích bývá zpravidla vyšší než cena podobných produktů zakoupených v supermarketech. Důvodem je nejen jejich vyšší kvalita, ale i to, že zemědělec

potřebuje pokrýt výši mnohdy nemalých výrobních nákladů. Prodejci také do ceny promítají náklady na cestu na farmářský trh a na čas strávený prodejem.

3.3.2 Výhody a nevýhody farmářských trhů

Tyto trhy přinášejí mnoho výhod pro farmáře i pro spotřebitele. Výhodou pro farmáře je například to, že si na farmářských trzích dělá téměř zadarmo reklamu, vytváří si stálý odbyt a má okamžité tržby, které bývají vyšší, než pokud by prodával své výrobky tradičním způsobem přes různé obchodníky. Pro spotřebitele je lákavá vysoká kvalita a identita potravin. (Farmářské trhy, c2012b) Spotřebitel také ocení možnost dozvědět se detaily o původu, receptuře a dalších okolnostech vzniku produktu. Prodej na tržišti je založen na živém kontaktu mezi prodejcem a kupujícím, tudíž nákup na trhu je považován za společenskou záležitost. (Sedláček, 2011)

Mezi nevýhody farmářských trhů pro spotřebitele patří konání jen v určité dny v měsíci. Spotřebitel tím pádem nemá přísun čerstvých potravin pravidelně, například každý den. Tento problém se z části vyřešil založením farmářských obchodů, o nichž se dozví čtenář více v kapitole 3.4. Za nevýhodu pro prodejce lze považovat nutnost dostavit se na místo konání trhu. To bývá problémem hlavně pro zemědělce, kteří bydlí daleko od větších měst, kde se trhy konají.

3.4 Farmářské prodejny

Posledním typem přímého prodeje, pomocí kterého se mohou dostat farmářské produkty od farmáře ke spotřebiteli, je prodej prostřednictvím farmářských prodejen. Farmářské prodejny vznikly v návaznosti na úspěšnost farmářských trhů. Zákazníci si totiž zboží, které najdou na trzích, chtějí kupovat pravidelně. Zemědělci zastávají pozici dodavatelů farmářských obchodů a farmářský obchod dále zboží prodává spotřebitelům. To zaručuje farmářům celoroční odbyt mléka, pečiva, masa i zeleniny.

Čtenář práce zde bude pro názornost seznámen se 2 konkrétními příklady farmářských prodejen, které se nacházejí v Plzeňském kraji.

3.4.1 Farmářský obchod

Farmářský obchod s. r. o. je prvním příkladem farmářské prodejny nacházející se v Plzeňském kraji. O vznik farmářských obchodů v Plzni se zasloužil pan Tomáš Popp, který je členem občanského sdružení Envic. Pan Popp nejprve pořádal jen farmářské

trhy v Plzni, později se ale rozhodl i pro založení farmářských obchodů. Farmářské obchody v Plzni jsou provozovány společností Farmářských obchod s.r.o. Jako první v Plzni byl založen farmářský obchod v městské části Slovany v květnu 2011, druhým v pořadí byl v březnu 2012 otevřen farmářský obchod nacházející se v centru Plzně v Šafaříkových sadech. Mimo tyto dva farmářské obchody provozuje společnost Farmářský obchod s.r.o. i farmářský obchod v Klatovech, který byl otevřen 17. října 2012. (Krbcová, 2012b) (Farmářský obchod, datum nenalezeno a) Cílem farmářských obchodů je nabízet ty nejkvalitnější potraviny tuzemského původu, především místní produkty z Plzeňského kraje. (Farmářských obchod, datum nenalezeno b)

Příkladem potravin, které lze zakoupit ve farmářském obchodě v Plzni, jsou masné výrobky pocházející z Argus farm ze Soběsuk, ovoce z Nebílovských sadů, mléčné výrobky z minimlékárny Joma a mnoho dalších. (Farmářský obchod, datum nenalezeno c) Nejdůležitější vlastností nabízených potravin je dle slov pana Poppa kvalita, dále pak jejich chuť a vůně, ale i způsob produkce, zpracování a původ. Proto lze ve farmářském obchodu zakoupit jen ty nejkvalitnější potraviny s jasně dohledatelným původem. Navíc zdůrazňuje pan Popp, že mají všechny prodávané potraviny osobně vyzkoušené, a tak si mohou být jistí, že nabízejí skutečně jen to nejlepší, co tuzemští farmáři produkují. (Krbcová, 2012b)

Ceny potravin ve farmářských obchodech jsou vyšší než v klasické prodejní síti. Dle slov pana Poppa jsou tyto produkty kvalitnější a stojí zhruba o 20 % více než ty v běžných obchodech. Je to zapříčiněno tím, že například při prodeji kuřat je nutné si uvědomit, že kuře prodávané ve farmářském obchodě roste dvojnásobnou dobu než kuře prodávané v běžném obchodě. Navíc pochází z malého chovu, při kterém má zemědělec mnohem větší náklady, protože nepoužívá tolik mechanizace a podobně. (Lidovky, 2012)

3.4.2 Náš grunt

Druhým příkladem farmářské prodejny v Plzni je Náš grunt s. r. o. Náš grunt je síť prodejen farmářských potravin, které provozuje společnost Český grunt CZ. Svůj první kamenný obchod otevřela v roce 2010 na Praze 3 na Vinohradech a postupně se prodejny rozšířily do všech krajů České republiky. V roce 2012 se název této společnosti změnil z Český grunt na Náš grunt a to i díky tomu, že společnost expandovala na Moravu. (Náš grunt, c2009-2013)

Prodejny Náš grunt se při prodeji zaměřují na české potraviny pocházející především od malých a středních tuzemských výrobců a farmářů. Společnost vznikla s cílem dostat tradiční poctivé potraviny na stůl spotřebitelů a podpořit malé a střední farmáře. V současné době můžeme nalézt prodejny Náš grunt ve větších městech České republiky včetně Plzně. V každé prodejně jsou nabízeny produkty od 40 až 50 dodavatelů, aktuální nabídka je však závislá na regionu a sezóně. V Plzni lze nalézt prodejnu Náš grunt v Kollárově ulici 22. (Náš grunt, c2009-2013)

3.4.3 Výhody a nevýhody farmářských obchodů

Mezi největší výhodu prodeje prostřednictvím farmářských obchodů zajisté patří to, že zákazníci mají možnost zakoupit čerstvé a chutné potraviny od místních farmářů po celý týden, stejně tak jako v běžných obchodech. Zemědělcům prodej svých produktů do farmářských obchodů přináší pravidelný odbyt výrobků a tím i pravidelný příjem financí. Zemědělci také nevznikají přebytky a další náklady na skladování produktů.

Jako nevýhodu lze považovat chybějící kontakt mezi kupujícím a producentem zemědělských produktů, protože nákup je prováděn přes prostředníka.

4 Formy přímého prodeje zemědělských produktů očima jejich producentů

V rámci bakalářské práce byly provedeny rozhovory s prodejci a producenty, které se týkaly přímého prodeje výrobků a prodeje na farmářských trzích. Část rozhovorů probíhala přímo na farmářských trzích ve vybraných městech a druhá část rozhovorů byla provedena formou návštěvy u konkrétních farmářů. Rozhovory byly zaměřeny na produkty farmářů, způsob jejich prodeje a na celkové provozování farmy. Rozhovory probíhající na farmářských trzích byly vedeny jako strukturované rozhovory a odpovědi byly ručně zaznamenávány na papír, naopak při návštěvě u farmářů byly využity rozhovory polostrukturované či nestrukturované se zaznamenáním odpovědí pomocí nahrávání v mobilním telefonu.

Nestrukturovaný rozhovor je v literatuře charakterizován jako nestandardizovaný, neformální či volný, to znamená, že rozhovor probíhá přirozeně a otázky vyplývají z komunikace tazatele a respondenta. Je možné, že respondent ani nezaregistruje, že je dotazován. Respondent tudíž může plně projevit své názory, pocity, náměty či postoje. (Kozel, 2006)

Dalším využitým typem rozhovoru je rozhovor polostrukturovaný, kde jsou tazateli k dispozici otázky, jež zazní při rozhovoru. Další dotazy či upřesňující otázky jsou volně doplňovány se zřetelem například na znalosti respondenta. (Kozel, 2006)

Posledním typem použitého rozhovoru je strukturovaný rozhovor, ve kterém jsou přesně dodržovány stanovené postupy, přesné znění a pořadí otázek. Tento typ rozhovoru je na rozdíl od předchozích dvou využíván více pro kvantitativní výzkum, kdežto nestrukturovaný a polostrukturovaný rozhovor jsou využívány spíše pro kvalitativní výzkum. (Kozel, 2006)

V následujícím textu bude čtenář seznámen s vybranými prodejci a podrobnostmi o jejich farmaření. U prodejců, se kterými byly vedeny nestrukturované rozhovory, byla vytvořena swot analýza jejich podnikání.

Swot analýzou nazýváme analýzu sloužící k identifikaci silných (strength) a slabých (weakness) stránek firmy, k vymezení příležitostí (opportunities) a ohrožení (threat). Z vnitřní situace firmy nám vyjdou silné a slabé stránky, zde se zabýváme především zdroji firmy a jejich následným využitím či plněním cílů firmy. Naopak z vnějšího

prostředí vyplývají příležitosti a ohrožení, toto prostředí obklopuje danou firmu a na firmu působí prostřednictvím nejrůznějších faktorů. (Kozel, 2006)

4.1 Mlékárna u Velíků

Rozhovor byl veden s paní Vladislavou Velíkovou, která se věnuje výrobě ovčích sýrů, přímo na její malé rodinné farmě v Čížkově. Veškeré níže uvedené informace pocházejí z provedeného rozhovoru.

Manželé Velíkovi se přibližně před sedmi lety, v roce 2006, přestěhovali do Čížkova, který se nachází na jižním Plzeňsku asi 42 kilometrů od Plzně a 11 kilometrů od Nepomuku. Důvodem k bydlení na venkově pro ně byla touha věnovat se tomu, co je baví. Na historickém statku se začali věnovat chovu ovcí a koz, jejich stádo dnes čítá zhruba 250 kusů. Zvířata jsou v současné době využívána především ke spásání nepřístupných ploch v chráněné krajinné oblasti Český kras a v přírodních parcích na území hlavního města Prahy. Od října do dubna, tedy v době, kdy není potřeba spásat, zimuje stádo na pastvinách v Čížkově.

V době, kdy byla na mateřské dovolené, tj. od konce roku 2008, se začala paní Velíková zajímat o zpracování mléka v domácích podmínkách, o výrobu sýrů a mléčných výrobků. A to i přesto, že zpočátku, po přestěhování na venkov, cítila veliký odpor k veškerým činnostem, které se týkaly dojení a práce s mlékem. Nejprve absolvovala kurz, týkající se zpracování mléka a výroby sýrů. V druhé řadě byla potřeba si obstarat speciální plemeno ovce, které je určeno pro dojení mléka. Tyto ovce získala od pána, který v té době rušil svůj chov. Paní Velíková začínala s výrobou ovčích sýrů pro domácí potřebu, případně pro okruh blízkých známých či příbuzných. Ohlasy, jaké sýry vzbudily, ji však přivedly na myšlenku věnovat se výrobě sýrů profesionálně po ukončení mateřské dovolené. Vedle kladných ohlasů na sýry ji k tomu vedlo i to, že návrat k původní profesi pro ni byl s dítětem velmi obtížný. Původní povolání paní Velíkové je restaurátorství se specializací na restaurování stavebních památek, což obnáší nutnost dojíždět často do velkých vzdáleností a několikadenní pobyty mimo domov. Proto je pro ni i její rodinu velice zajímavá a lákavá možnost, vytvořit si vlastní pracovní místo s ekonomickým přínosem v rámci jejich farmy.

V současné době má ve svém hospodářství paní Velíková 10 dojných ovcí, 1 krávu, 2 koně, prase, několik psů i koček. Ovce zatím dojí ručně, ale má pořízenou i dojičku.

Ke zpracování mléka slouží malá oddělená místnost vybavená gastronádobou pro výrobu, nerezovými stoly, dřezy, lisy a formami.

Paní Velíková se věnuje výrobě měkkých i zrajících sýrů z ovčího a kravského mléka pod svou vlastní značkou „Řekni sýr“. Pravdou však je, že výroba měkkého sýra je ekonomičtější, protože proces výroby je kratší než v případě zrajících sýrů. U měkkých sýrů je sýr připraven k prodeji již dva dny po nadojení mléka, naopak zrající sýry musí alespoň tři měsíce zrát a musí se s ním velice často pracovat. Výhodou zrajícího sýra je však jeho delší skladovatelnost (až půl roku), kdežto měkký sýr se musí spotřebovat do týdne. Vedle výroby sýrů se paní Velíková zabývá i prodejem čerstvého mléka a ovčího masa.

V době, kdy byla paní Velíková na mateřské dovolené, se odběrateli jejích výrobků stali někteří obyvatelé Čížkova. Prodej probíhal formou výměnného obchodu. Sýry byly například měněny za zeleninu s paní, která měla přebytek zeleniny, nebo za vejce a králíky. Dalším místem, kde své výrobky nabízí, je nedaleká obec Vrčeň. Zde má paní Velíková přátele a při pravidelných návštěvách jim vozí své výrobky, které si od ní kupují i další obyvatelé Vrčeň. Jejimi pravidelnými zákazníky jsou také přátelé z Prahy, kteří vyhledávají kvalitní a chutné potraviny bez ohledu na výši ceny. Naopak o ovčí sýry a ovčí maso nemají obyvatelé Čížkova zájem, protože, dle slov paní Velíkové, jsou tito lidé zvyklí na párky a konzervy z obchodních řetězců, nedbají tolik na kvalitu a ovčí maso považují za zapáchající. Dále paní Velíková uvádí, že většina lidí z místní vesnice nemá kladný vztah k zemědělství. Raději jezdí pracovat do továren v nedalekém Nepomuku či Blovicích. Pokud již někteří lidé chovají například krávy a dojí mléko, dodávají toto mléko za velice nízké částky do výkupu místo toho, aby jej sami zpracovávali. Dle názoru paní Velíkové je to způsobeno pohodlností těchto lidí.

Doba strávená prací týkající se mléka se liší v jednotlivých ročních obdobích, například ovce nejsou dojeny v zimním období a v období březosti. Ve zbývajících částech roku je potřeba věnovat se dojení a dalším činnostem okolo ovcí přibližně 2 až 3 hodiny ráno a dvě hodiny večer. Každý druhý den je pak nutné se věnovat výrobě sýru.

Paní Velíková nabízí měkký sýr v ceně 300 Kč a tvrdý sýr za 400 Kč za kilogram. Tyto ceny jsou nižší než například cena sýra, který je nabízen farmářem z nedalekých Želvic. Tento farmář chová kozy na šesti hektarech půdy a vyrábí z jejich mléka kozí sýr. Hlavní rozdíl mezi farmařením tohoto pána a farmařením paní Velíkové je v tom, že

farma v Želvicích se snaží chovat jako bio farma. Proto také nabízí sýry za mnohem vyšší cenu. Paní Velíková však uvádí, že, dle jejího názoru, ona vyrábí chutnější sýry se všemi kulturami, které by měly obsahovat. Paní Velíková se nechce věnovat bio produkci, protože bio je spojeno s velkými finančními náklady, jako jsou například placené kontroly, certifikáty a celkově dražší hospodaření. Navíc uvádí, že nepoužívá žádné „nebio“ věci, nehnojí umělými hnojivy a podobně a je si tedy jistá kvalitou svých výrobků.

Vedle příjmů z prodeje sýrů a mléka je zdrojem financí pro rodinu Velíkovou i spásání výše uvedených nepřístupných ploch v Českém Krasu a v Praze dvěma stády ovcí a dále pak prodej ovčího masa. Za tuto službu jsou placeni Magistrátem hlavního města Prahy. Ovce spásají tato území vždy od dubna do října. Každé dva roky jsou prováděna výběrová řízení na to, komu bude spásání zadáno. Pokud by nebyli vybráni a přišli o tuto zakázku, nastaly by rodině finanční potíže a Velíkovi by byli nuceni rozšířit svůj chov dojných ovcí a věnovat se více výrobě sýrů. Zvýšení počtu ovcí by ovšem narazilo na problém s omezenými prostory na chov ovcí. V současné době hospodaří na 30 ha půdy, z toho mají v osobním vlastnictví jen 8 ha, zbytek je v pronájmu. Původně, když se přistěhovali do obce Čížkov, zakoupila rodina Velíkova jen chalupu bez pozemku, protože počítali do budoucnosti s tím, že nebude problém si později pronajmout či zakoupit pozemky od místních obyvatel. Na pozemcích v okolí Čížkova totiž téměř nikdo z obyvatel nehospodaří. Místní obyvatelé však své pozemky nechtějí pronajmout, natož prodat. Vidí ve svých pozemcích finanční jistotu do budoucnosti a v případě dlouhodobého pronájmu se ohrazují argumentem: „Co kdyby se vám něco stalo, a vy jste dál nehospodařili“.

Ve svém hospodářství nezaměstnává paní Velíková žádné zaměstnance, ani žádné do budoucnosti nechce. Občas však, když je potřeba, najme brigádníky. Jediným stálým pomocníkem je jen jeden pán z vedlejší vesnice, který je velmi pracovitý a dělá tuto práci rád. Jiní brigádníci však přijdou jen jednou a nevrací se, protože se jim tato práce nelíbí. Paní Velíková chce hospodařit jen v takovém rozsahu, aby zvládala obstarávání farmy a výrobu sama a uživila se tím. Velkou zálibu našla ve výrobě sýrů, což bere jako řemeslo, které ji baví více než hospodaření samotné. Zkouší vyrábět různé druhy sýrů, jako jsou například plísňové sýry, romadúr, parmazán, roquefort, do měkkého sýru

přidává různé bylinky a podobně. Ve výsledku se však musí rozhodnout je pro určitý sortiment, protože tolik druhů není možné na malé farmě produkovat.

Vedle paní Vladislavy Velíkové, která absolvovala kurz zpracování mléka a jejímž úkolem na farmě je hlavně výroba sýrů a jejich distribuce, péče o dojné ovce a dojení, mají nezastupitelnou roli na farmě také Jan Velík a Vladislav Šimek. Pan Jan Velík, manžel paní Velíkové, má mnohaleté zkušenosti s chovem ovcí a koz, nese zodpovědnost za běh celé farmy a jeho ekonomiku. Pan Vladislav Šimek, otec paní Velíkové, je v současné době již v důchodu a na farmě pomáhá s jejím technickým a stavebním řešením.

Za účelem rozšíření činností a nabídky farmy zažádala paní Velíková v roce 2012 o dotaci z Programu rozvoje venkova u místní akční skupiny v Nepomuku. Dotace byla určena na financování koupě pastéru, forem na výrobu sýrů a chladicí vitríny. Jedná se o tříplášťový nerezový pastér s elektronickým zapisovačem teploty o objemu 100 litrů a chladicí vitrínu o objemu 300-350 litrů, energetické třídy A s prosklenými dveřmi, které by umožnily prezentaci sýrů při prodeji ze dvora a snadnější kontrolu bez nutnosti otevírat toto chladicí zařízení. Pastér by přispěl ke zkvalitnění výroby. Koupě dostatečně kapacitní chladicí vitríny by umožnila uchování většího množství čerstvých sýrů ve stálém, nenarušovaném prostředí. Doposud jsou sýry skladovány doma v ledniče v kuchyni. Koupě tohoto vybavení by zajistila paní Velíkové možnost dalšího rozvoje farmy, usnadnění výroby a možnost zvýšit objem výroby sýrů. Dalším pozitivním výsledkem by bylo vytvoření plnohodnotného pracovního místa s ekonomickým přínosem pro paní Velíkovou, které by odpadla nutnost dojíždění za prací. Tím, že by bylo produkováno větší množství výrobků, by se paní Velíková mimo prodej ze dvora orientovala i na prodej na místních farmářských trzích, konkrétně v Blovicích a Nepomuku, případně i v Plzni. Další možností, kde by byly její výrobky nabízeny, by byly prodejny zaměřené na domácí produkty či farmářské prodejny v Plzni, kam jsou v současné době dováženy ovčí produkty z Moravy a kde by byl o místní sýry, především čerstvé, velký zájem. K dalšímu odbytišti jejich výrobků může v budoucnosti sloužit kavárna Inkognito v Plzni, která by se stala zdarma plzeňským odběratelským místem. Jednou v týdnu by byly ve stanovený den sýry dovezeny dle objednávky kavárny, kde by si je vyzvedli zájemci, kteří by si předem přes internet či telefonicky výrobky na farmě objednali. Již teď vidí paní Velíková veliký zájem

ze strany spotřebitelů, hlavně její rodiny a přátel, o její sýry a poptávka po nich vysoce převyšuje možnosti současné výroby.

Farma chce do budoucna usilovat o vznik (staro)nového regionálního produktu, kterým je sýr nalžovského typu. Ten byl tradičně vyráběn z kravského mléka a jde o zcela zapomenutý český sýr blízký Camembertu s narůžovělou plísní. Tento sýr zavedl pan Čeněk Charousek v roce 1897 na statcích Taaffelových v Nalžovských Horách. Paní Velíková se o existenci této kultury dozvěděla na kurzech občanského sdružení Synergie, kde absolvovala kurz výroby sýrů, a které dovezlo tuto kulturu zpět do České republiky.

Farma dává velký důraz na prodej přímo ze dvora, kdy zákazník poznává prostředí i výrobce zakoupeného zboží. A to díky tomu, že ve společnosti je vidět vzrůstající zájem o výrobky s příběhem, kdy se lidé snadno dovědí informace o produktu, o výrobcu a místě výroby. Paní Velíková zdůrazňuje, že pro zákazníka je mnohdy osobní kontakt důležitější než jakési označení bio výrobku. Farma se chce orientovat i na návštěvníky farmářských trhů, na ženy s malými dětmi, pro které je důraz na zdravou výživu a životní styl velmi důležitý. Další cílovou skupinou jejich prodeje jsou i místní patrioti, či naopak návštěvníci regionu, kteří vyhledávají místní výrobky a speciality.

Paní Velíková vyzdvihuje především snahu jejich farmy k návratu k tradici a k modelu malých rodinných farem. Zdůrazňuje, že lidé na venkově, zejména v Čížkově a jeho okolí, nemusí být odkázáni na dojíždění za prací do Plzně či na práci přes internet z domova. Lidé si neuvědomují možnost pracovat doma na rodinném hospodářství. Jsou to však právě malé rodinné farmy, které venkovu navracejí jeho typickou tvář. V sousedním Rakousku, Bavorsku i ve vzdálenějším Švýcarsku či Francii můžeme vidět, že rodinné farmy jsou běžnou a úspěšnou součástí místní ekonomiky a lokální nabídky potravin.

Jedním z významných partnerů farmy je mateřská škola v Čížkově, která se nachází jen několik desítek metrů od farmy Velíkových. Děti farmu často navštěvují a mohou zde sledovat proces výroby sýru. Děti naopak mohou přilepšit výživě dojných zvířat sušením zbytkového pečiva z kuchyně ve školce a pěstováním či sušením bylinek vhodných pro dochucování sýrů. Dalším významným partnerem farmy je reklamní agentura Mowshe v Praze, která vytvořila farmě výměnou za sýry logo jejich značky „Řekni sýr“ a připravuje jeho registraci jako ochranné známky. Tato agentura by mohla

v budoucnosti farmě Velíkových vytvořit zdarma, na základě jejich přátelství, webové stránky a e-shop.

Farma se ve svém hospodaření musí a bude muset potýkat s velkým množstvím rizik. Jedním z možných rizik je nízká místní poptávka. Řešením tohoto problému by byl prodej sýrů ve větším městě, například v Plzni vzdálené od Čížkova zhruba 35 km, kde je tradičně vyšší poptávka po kvalitních potravinách. Farma by kvůli optimalizaci množství cest do Plzně musela pečlivě zvážit podíl výroby čerstvých sýrů, kde je trvanlivost přibližně 4 dny, a zrajících sýrů, které jsou trvanlivé. Jinou možností zvýšení odbytu je též internetový obchod. Další z možných rizik je dočasné snížení produkce mléka, které může nastat v případě nemoci zvířat. V tomto případě uvažuje paní Velíková o nákupu kravského mléka od soukromníků v blízkých obcích. Postup zpracování a výroby sýrů z kravského mléka je totožný jako při zpracování ovčího mléka. Nabízí se i možnost mísit ovčí a kravské mléko. Paní Velíková však dává přednost oddělené výrobě ovčích a kravských sýrů díky čistým chutím. Také se domnívá, že dvojitá nabídka by mohla rozšířit řady zákazníků. Mnoho zákazníků totiž odrazují ovčí produkty kvůli jejich specifické chuti a vůni. Nákup kravského mléka je nutný pro provoz sýrárny v zimním období. Ovce, na rozdíl od krav, nedojí celoročně a produkci mléka je možno udržet pouze každoročním odchovem jehňat. Ohrožením výroby sýrů i chovu samotného jsou zdravotní problémy zvířat. Samotnou výrobu a proces zpracování mohou ohrozit bakterie obsažené v mléce i náhodné změny v procesu zrání sýrů, které mohou vést ke zkáze. K zabránění či minimalizaci těchto vlivů na výrobu by sloužit výše zmíněný pastér a kapacitní chladicí vitrina, na jejichž pořízení byla podána žádost o dotaci.

4.1.1 SWOT analýza farmy Velíkových

Silné stránky

- způsob zpracování vlastní produkce
- chutné a kvalitní výrobky
- pracovní nasazení členů rodiny
- snaha neustále se ve své výrobě zlepšovat
- soustředění rozhodovací pravomoci do rukou majitelky
- příjem finančních prostředků díky spásání nepřístupných ploch ovce
- maximální osobní zájem majitelky na výsledcích hospodaření

Slabé stránky

- nedostatek technologických zařízení
- omezená rozloha pozemků na chov ovcí
- nízká kvalifikovanost při řízení finančního hospodaření a rozvoje farmy
- závislost výroby sýrů na zdravotním stavu zvířat
- nedostatek ovčího mléka v zimním období
- vysoké finanční náklady pro rozběh výroby

Příležitosti

- získání dotace na pořízení pastéru a chladicího zařízení
- zvýšení počtu dojných ovcí
- prodej výrobků na farmářských trzích
- dodávání výrobků do farmářských obchodů
- zřízení internetového obchodu

Ohrožení

- nízká místní poptávka
- snížená produkce mléka důsledkem nemoci krav
- zdravotní problémy zvířat
- bakterie obsažené v mléce a náhodné změny v procesu zrání sýrů
- levné importy a nízké ceny především v maloobchodních řetězcích
- dotační politika Ministerstva zemědělství ČR
- zkrachování farmy při volbě chybného výrobního programu, při nepojištěné katastrofě, nemoci či úmrtí majitelky a dalších mimořádných událostech

4.2 Včelař Jan Turč

Rozhovor s panem Turčem probíhal v jeho rodinném domě ve Dvorci u Nepomuka. Pan Jan Turč se zabývá včelařením a prodejem medu ze dvora a na farmářských trzích.

Pan Turč se včelaření věnuje již 32 let. Tehdy se přičlenil do rodiny, ve které měli včelaře, který se včelaření věnoval již dlouhá léta a měl s ním velké zkušenosti. Od tohoto včelaře odebírali med, až bylo jednoho dne panu Turčovi sděleno: „Co ode mě budeš kupovat med, já ti tady dám úly a budeš si to dělat sám. Já ti všechno řeknu a naučím...“ To bylo tedy počátkem jeho včelaření. Vedle úlů se včelami, které dostal od příbuzného, si však musel zakoupit velké množství pomůcek pro včelaře, jako jsou

například klobouk, kombinéza, rukavice, kuřák, který slouží k uklidnění včel a tím snadnější práci, k dalšímu základnímu vybavení patří rozpěrák, což by se dalo popsat jako kus železa, pomocí něhož se od sebe odtrhávají rámečky, dále pak medomet k vytáčení medu, odvíčkovací vidlička a odvíčkovací talíř. Veškeré toto vybavení bylo zakoupeno jako nové a například medomet tenkrát stál 400 Kč, což byla asi čtvrtina výplaty. V té době bydlel pan Turč v panelovém domě v Plzni a včely měl umístěné na chalupě vzdálené 55 kilometrů od Plzně. Tudíž se včelaření věnoval jen o víkendech.

Jeho přístup ke včelaření ovlivnily dvě zásadní skutečnosti. První byla změna bydliště. Zhruba před 15 lety se přestěhovali do rodinného domu do Dvorce u Nepomuka, což mu umožnilo chovat včelstva přímo na zahradě. Druhým impulsem byla vážná nemoc, ke které došlo v roce 2008. V důsledku této nemoci a následků její léčby se ocitl v plném invalidním důchodu a následně ztratil zaměstnání. Po přestěhování do rodinného domu se začal jeho chov včel postupně rozšiřovat. Rozvoj byl samozřejmě pomalý, protože bylo finančně náročné dokupovat další vybavení. Velice příjemné ovšem bylo, že od výše zmíněného příbuzného, který choval včely doma a v lese, získal 10 včelstev z lesa, a to z důvodu, že již nebyl schopný se starat o tak velké množství včel. Postupně začal pan Turč přecházet na jinou rámkovou míru a z krajských dotací si dokoupil dalších 12 úlů. V současné době vlastní 24 včelstev. K dalšímu budoucímu rozvoji mu pomůže již zakoupený nový nerezový medometu s elektrickým ovládáním. Do teď využívá 30 let starý medomet, který je nově natřený potravinářskou barvou a technicky vyhovuje, avšak jeho využívání je neefektivní kvůli ruční obsluze. Další vizí do budoucna je postavení medárny na zahradě. Medárna je speciální objekt na vytáčení medu, který bude mít sektor na vytáčení medu, sklad medu, termokomoru, kde by se nacházel nevytočený med a byla by zde udržována stejná teplota jako v úle, tedy kolem 35 °C.

Jedním z důvodů, které vedly pana Turče k rozhodnutí prodávat med ze dvora, bylo to, že nechtěl jako někteří včelaři přistoupit na prodej medu do výkupu. Výkup medu se pohybuje kolem 35 Kč za kilogram květového medu. Na druhou stranu v obchodních řetězcích je kilogram medu prodáván až za 150 Kč, tato cena vznikne po složení cen včelaře, zpracovatele a prodejce. Proto si pan Turč uvědomil, že nebude podporovat nikoho jiného a že na takovou prodejní cenu se může dostat i on sám.

Předmětem prodeje jsou v současné době 4 druhy medu, a to med medovicový, květový, květový-pastový a med smíšený. Nabídka medu se však liší od období v roce. Pastový med je med upravený tak, aby nekystalizoval. Med se skládá z glukózy a fruktózy, čím více glukózy obsahuje, tím rychlejší je jeho krystalizace. K pastování medu se rozhodl, protože lidé požadují většinou med tekutý, takový aby ho nemuseli rozehrávat. Pastování je mechanická úprava krystalické struktury medu. Mícháním se mění velké krystaly na malé a výsledkem je med, který má konzistenci zubní pasty. Tato konzistence je trvalá a med již nekystalizuje a jeho výhodou je, že se dá snadno natírat na chléb a nestéká. V pastovém medu tedy není žádná chemie, je vyroben čistě mechanickou cestou. Počet zákazníků, kteří mají zájem o pastový med, se neustále zvyšuje, v Plzni mají například odběratele, který si pravidelně kupuje 10 kilogramů pastového medu. Med je nabízen ve sklenicích o hmotnosti 1 kg, bylo vyzkoušeno i balení o hmotnosti 500 g, avšak tento objem medu zákazníci neoslovil, a tak tyto 500 g sklenice s medem byly využity jako propagační dárek při různých příležitostech.

Vedle prodeje ze dvora je med prodáván také na farmářských trzích v Nepomuku a Blovicích. Na farmářských trzích v Nepomuku nabízejí Turčovi med již od počátku jejich vzniku. Město tenkrát odslovilo včelaře, aby přišli na trhy prodávat med. Díky tomu, že město Nepomuk pořídilo na tyto trhy stánky z grantu, tak nesmí sloužit k výdělečné činnosti. Tudíž na farmářských trzích nemusí platit žádný poplatek za pronájem stánku ani za místo. Na trzích si vytvořili vlastní klientelu a díky tomu je lidé vyhledávají i v místě jejich bydliště. Vedle farmářských trhů v Nepomuku navštěvují jako prodejci také farmářské trhy v Blovicích, dále Velikonoční a Vánoční trhy na zámku v Blovicích. V roce 2012 byli však nuceni odmítnout nabídku prodávat na zmíněných vánočních trzích na zámku kvůli nedostatku medu. Pořadatelům však nabídli kontakt na jiného včelaře, který by zde mohl prodávat med, avšak ti odmítli s tím, že nikoho jiného než Turčovy nechtějí. Farmářské trhy vnímá pan Turč velice kladně. Dle jeho názoru je dobře, že taková věc existuje. Poukazuje však na to, že je to o tom, aby tam nechodili nabízet zboží překupníci, kteří nakoupili zboží v hypermarketech a pak ho nabízejí na trzích, což už je otázka kvality a etické stránky. Farmářské trhy schvaluje jen, pokud tam budou nabízet produkty skutečně jen ti lidé, kteří výrobky sami produkují. Na trhy by dle jeho názoru neměl patřit prodej čepic, vest a podobného zboží, jak měl již na některých trzích možnost vidět. O prodeji na farmářských trzích v Plzni Turčovi neuvažují vzhledem k delší vzdálenosti do Plzně

a placení poplatku za pronájem místa ve výši 800 Kč. Kvůli tomu by museli prodat automaticky o 8 kg medu víc, aby se jim tato částka vrátila. Včelař může prodávat na trzích pouze ve stejném kraji, ve kterém má své bydliště. Pokud by chtěl prodávat například na trzích v Blatné, jež spadá do Jihočeského kraje, musel by být registrovaný u Krajské veterinární správy. Tato registrace je bezplatná, avšak včelař by se vystavil tomu, že by pracovníci správy přišli zkontrolovat prostředí, ve kterém je med produkován, a postupy výroby.

Pan Turč nabízel až do letošního roku sklenici medu o hmotnosti 1 kg za 100 Kč. Cena prodáváného medu je stanovená tak, aby zhruba pokryla náklady. K tomu, aby se mohl včelař rozvíjet a investovat do dalšího rozvoje, by musela být cena vyšší. Dalším faktorem, který ovlivňuje výši ceny, je konkurence včelařů v okolí. Někteří včelaři jsou ochotni prodávat kilogram medu za 80 Kč. Při svém prodeji ovšem dělají tu chybu, že se přirovnávají s cenou k ceně výkupní. Správným přístupem je však přirovnávání se k ceně v obchodech, protože poskytují prvotřídní kvalitu, kterou udělaly včely. V obchodech jsou medy prodávány i za 140 či 150 Kč za kilogram. Někteří včelaři však argumentují tím, že kdyby prodali med do výkupu, tak by za něj utržili 35 Kč, tudíž když ho prodávají za 80 Kč, tak přece mají už tak velký zisk. Ke špatnému přístupu těchto včelařů přispívá i fakt, že včelaři v úlech po svých rodičích či prarodičích a úly neobnovují, v těchto úlech se drží choroby a představují tak potenciální nebezpečí. Dalším faktem je to, že nabízejí med ve sklenicích, které k prodeji medu nejsou určeny, například sklenice od okurek.

Pan Turč nabízí med ve speciálních sklenicích určených na med, které jsou polepeny nálepkou s informacemi o producentovi, minimální trvanlivost, druhu medu a hmotnosti. Skutečnost, že lidé na farmářských trzích preferují kvalitu před cenou a dbají na původ zboží, potvrzuje jedna zkušenost pana Turče z farmářských trhů v Blovicích. Na těchto trzích se rozhodli nabízet med za 110 Kč za kilogram, avšak konkurent, který zde prodával mošty a med, ho nabízel za 100 Kč za kilogram. Turčovi však prodali medu mnohem více než jejich konkurent. Důvodem bylo to, že oni nabízeli med ve sklenicích určených na med s nálepkou se všemi potřebnými náležitostmi, avšak druhý včelař prodával med ve sklenicích různého druhu, například od již zmíněných okurek či zavařenin. S ohledem na neustále se zvyšující náklady se pan Turč rozhodl, že

v roce 2013 nebude med prodávat za méně než 110 Kč za kilogram květového medu a 120 Kč za kilogram medu medovicového.

Každý včelař má velké počáteční náklady na pořízení základního vybavení. S postupujícími lety včelaření se vyplatí investovat do novějších modernějších přístrojů, příkladem je v případě pana Turče koupě nového medometu za 56 000 Kč, velké odvíčkovací mísy, speciálního dřevěného stolu a nerezové nádoby. Další peníze je potřeba vynaložit na koupi sklenic, víček a etiket. Pan Turč nakupuje tyto sklenice každý rok nové, protože si váží kvality nabízeného medu a neodebírá zpětně od zákazníků použité sklenice, poněvadž si nemůže být jistý tím, jestli byly sklenice pečlivě vymyty či nebyly použity na naložení okurek. Obal na jeden kilogram medu stojí 10 až 12 Kč. S ohledem na 24 včelstev, které vlastní, nakupuje pan Turč ročně 500 až 1 000 kusů těchto sklenic. Dalším nákladem je nákup mezistěn, které jsou zapotřebí k obnově včelího díla. Mezistěna by se dala popsat jako zvláštní vosková deska, která slouží jako základ buněk. Při nákupu mezistěn má včelař dvě možnosti. V případě, že si zakoupí mezistěny bez výměny za vosk, platí včelař za kilogram mezistěn 180 Kč. Druhou možností je výměna za vosk, v tomto případě je cena kilogramu mezistěn 30 Kč. Na jedno včelstvo je potřeba ročně jeden kilogram mezistěn. K dalšímu nákladu včelaře patří koupě cukru na dokrmování včel. Včelařská sezóna vrcholí koncem července a poté, co se včelám odebere med, je potřeba k doplnění zásob na zimu dát včelám místo cukru cukerný roztok, který se míchá v poměru 3:2, tedy 3 kilogramy cukru na 2 litry vody. Každému včelstvu je nutno dodat přibližně 20 kg cukru. Pan Turč musí tedy s ohledem na 24 včelstev zakoupit ročně 480 kg cukru. Průměrná cena 1 kg cukru je kolem 30 Kč, tudíž by jeho náklady na pořízení cukru byly ve výši 14 400 Kč. Proto se jako každý jiný včelař snaží nakupovat cukr, jen pokud je v hypermarketech v akci. Za cukr zakoupený za akční cenu 17 Kč za kilogram zaplatí ročně 8 160 Kč.

Svůj nabízený sortiment chce obohatit o medovinu, kterou v současné době vyrábí. Vzhledem k tomu, že se její výrobě nikdy dříve nevěnoval, musel zakoupit veškeré pomůcky a složky na její výrobu, příkladem jsou demižony, zařízení na provzdušňování, kvasné látky, chmel, koření. Výroba medoviny je považována za nejlepší zhodnocení medu. Do jednoho demižonu, z kterého bude ve výsledku 30 litrů medoviny, je potřeba 14 kilogramů medu. Pokud počítáme s průměrnou cenou půl litru medoviny 120 Kč, můžeme za medovinu z jednoho demižonu utržit 7200 Kč. Tuto

medovinu však nelze prodávat legálně například na farmářských trzích, protože v tom případě by byl včelař nucen splňovat další velké množství podmínek, od hygieny po veterinární zákon. Stejný problém by nastal v případě prodeje medu se skořicí, který se v současné době stává více a více žádanějším. Med se skořicí již není považován za med, ale za výrobek z medu. V případě výroby medu se skořicí by museli být Turčovi registrováni jako povolená provozovna, na zřízení prostor by museli mít stavební povolení, řády likvidace odpadů, splňovat přísné hygienické podmínky. To všechno by ovšem znamenalo velké finanční náklady, což pro pana Turče není k věku ani finančním možnostem možné.

Mezi další produkty, které jsou výsledkem včelaření, patří vosk, propolis, pyl, mateří kašička či včelí jed. Včelí vosk je látka živočišného původu, která je používána jako stavební materiál ke stavbě včelího díla. Z vosku jsou vyráběny svíčky, používá se v kosmetickém průmyslu či v potravinářství. Propolis je látka, která slouží v úle k dezinfekci a k tmelení případných spár. Lidmi je propolis využíván zejména v kosmetickém průmyslu a lékařství, ve kterém je využívána propolisová tinktura na řezné rány, odřeniny či k dezinfekci. Pyl slouží včelám jako výživa, lidmi je používán jako potravinový doplněk. Mateří kašička je důležitým zdrojem potravy včel, plody jsou jí krmeny do 4. dne, poté jsou krmeny směsí kašičky a medu, naopak matka je mateří kašičkou krmena celý život. Lidem slouží mateří kašička jako potravinový doplněk, je také používána v kosmetickém průmyslu a léčitelství. Včelí jed, jehož získání je velice obtížné, je využíván v lékařství, a to hlavně ve východních zemích (Rusko, Ukrajina). V České republice není v lékařství využíván, protože lékaři zde požadují vždy stejné složení léčebné látky, to však v případě včelího jedu není možné. Pan Turč využívá vedle medu hlavně propolis, a to pouze pro osobní spotřebu. Rádi by se zabývali také výrobou svíček, to však v současné době není možné, protože veškerý vosk vyměnili za výše zmíněné mezistěny.

Doba, která je potřebná k práci kolem včel, se liší v závislosti na období v roce. Včely se řídí přírodou podle slunce, ne podle našeho kalendáře, proto se také liší včelařský rok od kalendářního roku. Včelstvo se vyvíjí od slunovratu do slunovratu. Vrchol včelařské sezóny nastává okolo slunovratu letního, tedy v červnu, kdy vrcholí plodování včelstva a příroda má za sebou kvetení. Čas potřebný ke včelaření se liší v závislosti na počtu včelstev včelaře, na druhu používaných úlů, na technickém vybavení, používané

technologii, na počasí a stavu včelstva. Včelař může pracovat buď s nástavkovým nebo s dvouprostorovým úlem. Obsluha nástavkových úlů je na rozdíl od obsluhy dvouprostorových jednodušší. Rozdíl ve spotřebě času se také liší na typu použitého medometu, včelař může používat ruční medomet, který se obsluhuje pomocí kliky, nebo medomet elektrický. V zimním období se musí včelař zabývat výrobou nových rámečků, vytavením vosku ze starých rámečků, opravou a natíráním úlů. Proto se prý také říká, že každý včelař je tak trochu truhlář a být včelařem a truhlářem je ideální kombinace. V letním období se včelař samozřejmě zabývá nejvíce stáčením medu a dokrmováním včelstev.

Včelstva ohrožují dvě základní nemoci včel – mor včelího plodu a varroáza. Pokud je včelstvo napadeno morem včelího plodu, přichází včelař o všechny včely, úly i vybavení, protože všechno, co hoří, je spáleno. V některých zemích Evropy je využíváno k léčbě moru včelího plodu antibiotik, což je u nás však striktně zakázáno. Varroáza je infekční choroba včel způsobená roztočem, který žije a množí se v trubčích buňkách včelího plodu. Pomocí toho roztoče se přenáší virové nemoci, které mají za následek například to, že včela nemá vyvinutá křídla a nemůže tak létat. Množení těchto roztočů probíhá závratnou rychlostí a nakonec může zničit celá včelstva. Pokud včelstvo není proti varroáze léčeno, může dojít k tomu, že včelař ve svém úlu nenajde žádnou včelu. Včela totiž, když ví, že zahyne, opouští úl a hyne mimo něj, protože si uvědomuje, že kdyby zahynula uvnitř úlu, tak by přeživší včely měli práci s vynesemím jejího těla ven z úlu, což by je velice oslabilo. Včelstvo je proti varroáze léčeno v době, kdy se v úlu nenachází med. K léčbě se využívá jak tvrdá, tak měkká chemie. Na podzim se využívá k léčbě syntetických jedů, a to formou aerosolní mlhy nebo dýmu, který je vyvolán zapálením pokapané pásky a který následovně zabíjí roztoče, jenž sedí na včelách. V létě, po slunovratu, je používán na léčení odpar kyseliny mravenčí. Nejpozději do poloviny dubna se provádí takzvaný nátěr včelího plodu, který obnáší otevření úlu a natření roztokem léčiva s vodou zavíčkovaný plod. Tento roztok působí přes víčka a dostane se dovnitř do buněk, kde hubí roztoče, kteří se nacházejí v buňkách.

Vedle nemocí ohrožuje včelaření také počasí. Příkladem je počasí na jaře 2013, kdy se ještě v dubnu vyskytovaly teploty pod bodem mrazu. Včely kvůli zimě nemohou ven z úlů a získat tak potřebný pyl pro svůj rozvoj. Stará generace, která přežila zimu, tak

slábne a mladá generace včel se ještě nelíhne. Pro včelaře je toto velice nešťastná situace, protože jsou včely zpomaleny v rozvoji a v momentu, kdy začnou kvést stromy, tak bude včel málo a nebudou moci nosit. Příroda, ve které pak kvetou všechny stromy a květy najednou, vše dožene, avšak včela se vyvíjí až za 21 dní. V dubnu je také potřeba provést ošetření nátěrem proti varroáze, včelař však nemůže otevřít úly do té doby, dokud nebude teplota ve výši 10 °C ve stínu.

Převážná většina včelařů v České republice se sdružuje do spolků, avšak není to jejich povinností. 97% včelařů je organizováno v Českém svazu včelařů, jenž existuje již více než 100 let. Vedle něj zde existuje i Pracovní společnost nástavkových včelařů, což je sdružení včelařů, kteří se zabývají chovem včelstev v nástavkových úlech, další spolek se v České republice zabývá záchranou a zachováním včely tmavé, která byla dříve chována na našem území. Dle pana Turče by měl spolek sloužit hlavně k setkávání lidí a k výměně zkušeností s chovem včel. Hlavním úkolem je však v současné době organizace léčení včelstev. V České republice se nachází téměř 50 tisíc včelařů a vzhledem k tomu, že včely nežijí izolovaně a setkávají se s včelami od jiných včelařů, je potřeba, aby všichni včelaři léčili stejným způsobem ve stejný čas. Protože by bylo zbytečně vynaloženým úsilím, kdyby například pan Turč včely léčil, avšak soused vzdálený 200 metrů léčiva nepoužíval. Hrozilo by tak nakažení léčených včel neléčenými. Členství ve spolku znamená pro včelaře velký zdroj informací od dalších včelařů, mohou si vyměňovat zkušenosti s řešením různých problémů a podobně. Spolek také někdy pořádá přednášky specialistů a k včelaři se tak dostávají odborné informace. Pan Turč plní v místním spolku funkci pokladníka. Těší ho přítomnost stále mladších včelařů ve spolku.

Na činnost spolku mohou včelaři čerpat od Městského úřadu Nepomuk příspěvky, které jsou přidělovány v obci neziskovým organizacím, jako jsou například spolek rybářů či fotbalisté. Žádost o příspěvky probíhá formou projektů.

Před dvěma lety získal spolek dotaci na vyšetření včelstev na mor včelího plodu. Vyšetření jednoho vzorku stojí 400 Kč a je prováděno na sběrném vzorku spadů z úlů a mrtvých včel maximálně z patnácti včelstev.

V loňském roce byl předmětem dotace projekt na uspořádání včelařské výstavy a projekt týkající se kvality medu. Pořádání výstavy měl na starost právě pan Turč, ve kterém uzrávalo rozhodnutí uspořádat včelařskou výstavu v Nepomuku již několik

let. Městem Nepomuk mu byly poskytnuty prostory a finanční příspěvek na zajištění výstavy. Příprava výstavy trvala téměř tři měsíce, během kterých byly zajištěny vhodné prostory a exponáty. Vystavované exponáty byly zapůjčeny z muzea Dr. Hostaše v Klatovech, od členů včelařského spolku v Nepomuku, od firmy Včela – Hataj z Měcholup a z mnoha dalších zdrojů. Některé z exponátů bylo nutné zrepasovat, proto se pan Turč musel proměnit na truhláře a lakýrníka. Na výstavě bylo možno shlédnout téměř sto exponátů, od včelařské literatury, kosmetických výrobků s obsahem včelích produktů po úly několika generací, ukázky včelího díla, pomůcky k chovu matek a nářadí k ošetřování včelstev. Návštěvníky také velmi zaujal pozorovací úl, který se nacházel ve venkovních výstavních prostorech. Za dobu tří týdnů, po kterou byla výstava pořádána, ji navštívilo téměř 800 návštěvníků. Pan Turč zde strávil 16 dní jako průvodce.

Letos má v plánu včelařský spolek v Nepomuku zažádat u Městského úřadu Nepomuk o příspěvek na zřízení knihovny a videoknihovny spolku a zřízení internetových stránek spolku. Vzhledem k tomu, že do tohoto místního spolku včelařů patří včelaři z Nepomuku a 12 okolních obcí, je Nepomuk jeho přirozeným centrem a knihovna by musela být zřízena v domácnosti včelaře, který je nejdostupnější a má nejvíce volného času. Právě z těchto důvodů je více než pravděpodobné, že knihovna bude zřízena právě u pana Turče doma. Důvodem ke zřízení knihovny je to, že existuje velké množství různých médií a videí, ale ne každý včelař si je koupí domů, proto by bylo dobré mít k dispozici knižní fond, do kterého by byly zakupovány knihy, které vycházejí a jsou dostupné. Včelaři, kteří jsou členy spolku, získávají časopis Včelařství.

Každý člen spolku je povinen platit členský poplatek ve výši 200 Kč ročně, což je fixní částka, a dále platí každý včelař 16 Kč za jedno včelstvo Českému svazu včelařů a 7 Kč za včelstvo na činnost jejich místního spolku. 85 % z šestnáctikorunového příspěvku za jedno včelstvo plyne na činnost Republikového výboru Českého svazu včelařů a zbylých 15 % na činnost výborů okresních. Včelaři jsou v rámci spolku pojištěni na události, které by se jim mohly přihodit při včelaření. Dle názoru pana Turče je výhodou pro získávání příspěvků pro spolek včelařů osobnost starosty města Nepomuk. Jedná se o mladého muže, který se zajímá o životní prostředí, má vztah k přírodě a ekologii a v Nepomuku založil ornitologický spolek.

Dotace jsou včelařům poskytovány krajským úřadem a ministerstvem zemědělství. Na koupi potřebného zařízení mohou získat od ministerstva zemědělství až 50% výši pořizovací ceny, a to v závislosti na množství požadavků na dotace za určité období. Pokud by bylo požadavků příliš, získá včelař například jen 20 či 30% požadované částky. O dotaci musí včelař žádat do 22. června a do 22. srpna musí prostřednictvím Okresního výboru Českého svazu včelařů předložit originály dokladů o koupi. Právě kvůli žádostem o dotace poskytují ve většině případů prodejci dva originály faktury. Pan Turč poukazuje na skutečnost, že kdyby nebyla možnost dotací, tak by potřebné zařízení nestálo 56 000 Kč, což je příklad pořizovaného medometu v případě pana Turče, ale jen kolem 35 000 Kč. Výrobci si totiž uvědomují přítomnost dotací a ve své podstatě získávají výši dotaci právě oni díky nadsazeným cenám výrobků. Příkladem dotace, kterou získal v minulost pan Turč, je dotace na pořízení 9 úlů. V tomto případě bylo žádáno u krajského úřadu a panu Turčovi bylo proplaceno až 80% nákladů, tj. 12 000 Kč.

Pan Turč se řídí tím, že člověk se má vzdělávat v každém věku a nemá se bát nových věcí. To prý u včelařů platí dvojnásob, protože včely jsou součástí přírody a vždy se zařídí podle sebe. Tomu také odpovídá výrok strýce paní Turčové: „Včelař nikdy neumře chytrý.“ Proto se pan Turč rozhodl před dvěma roky přihlásit na dvouletý dálkový obor Včelař na Středním odborném učilišti v Blatné. Zde našel novou životní motivaci, získal možnost si utřídit a poopravit své dosavadní znalosti a zkušenosti a zároveň získat nové.

Své nově získané znalosti by chtěl využít i při chovu matek, kterému se ještě nikdy nevěnoval. Matka je ve včelstvu produktivní nejvýše tři roky, proto je potřeba získávat nové matky, což je možné dvěma způsoby. První možností je zakoupení matky. Druhou je vlastní chov matek. Pan Turč si již objednal inseminovanou neboli uměle oplodněnou matku, kterou dá následovně do včelstva a ona zde naklade vajíčka, ze kterých se později vychovejí její dcery. Ty již nebudou tak velké jako jejich matka. Pokud bude mít pan Turč v budoucnu více matek, než bude potřebovat pro své vlastní včelaření, budou tyto matky prodávány. Prodejní cena těchto matek již nebude 1 000 Kč jako za původní inseminovanou matku, ale bude ve výši 150 Kč za jednu matku.

Důkaz, že včelaření lze považovat za velice nákladný koníček dokazuje následující výpočet některých předpokládaných či již uskutečněných výdajů pana Turče na rok 2013.

Počítáme s těmito náklady:

- koupě medometu za 56 000 s předpokládanou životností nejméně 20 let, při rozpočítání nákladů do jednotlivých let nám vychází náklad na tento rok ve výši 2 800 Kč
- platby do spolku včelařů – 200 Kč za členství ve spolku, 23 Kč celkem poplatky za jedno včelstvo (16 Kč platba za včelstvo Českému svazu včelařů, 7 Kč za včelstvo do svého místního spolku), při vlastnictví 24 včelstev je pan Turč povinen zaplatit 552 Kč za svá včelstva a poplatek za členství 200 Kč, tudíž celkem 752 Kč
- zakoupení mezistěn s poskytnutím vosku prodejci – 30 Kč za kilogram mezistěn při potřebě 1 kg pro jedno včelstvo, celkový náklad bude tedy ve výši 720 Kč.
- koupě sklenic, víček a etiket na med – cena jednoho obalu pro kilogram medu vyjde až na 12 Kč. V závislosti na počtu 24 včelstev je potřeba 500 až 1 000 kusů sklenic ročně. Pokud budeme počítat se průměrnou hodnotou tohoto počtu sklenic, tedy 750, je potřeba vynaložit 9 000 Kč na obaly medu.
- zakoupení cukru pro včely, kdy je potřeba dodat každému včelstvu přibližně 20 kg cukru. S ohledem na počet včelstev je potřeba kolem 480 kg cukru ročně. Pan Turč se samozřejmě snaží kupovat cukr jen, pokud je v obchodě prodáván se slevou, poté se tedy cena 1 kg cukru pohybuje kolem 17 Kč. Celkem je tedy potřeba vynaložit více než 8 100 Kč na pořízení cukru.

Toto je jen výčet některých výdajů, které bude muset pan Turč vynaložit v roce 2013 a dohromady se jedná o více než 20 600 Kč. K této částce je samozřejmě potřeba přičíst spotřebu energie, vody a strávený čas. K tomu, aby se tyto náklady včelaři vrátily, by bylo potřeba prodat alespoň 187 kilogramů medu, pokud by byl prodáván za 110 Kč.

4.2.1 SWOT analýza včelaře

Silné stránky

- kvalita medu
- ochota členů domácnosti pomáhat se včelařením

- schopnost říci lidem velké množství informací o medu
- předkládání letáků při prodeji medu s návodem, jak zacházet s medem, jak ho skladovat, jaké druhy existují apod...příležitostně i přikládání receptů z medu
- členství v ČSV
- snaha neustále se vzdělávat

Slabé stránky

- malé množství včelstev umístěných v lesích
- nechování matek
- nutnost přizpůsobovat se nižším cenám konkurentů

Příležitosti

- získání dotace na část výdajů potřebných k pořízení medometu
- chov matek
- umístění dalších včelstev do lesa
- prodej medu na dalších farmářských trzích
- zřízení internetových stránek spolku
- uvědomění si dalších včelařů možnosti prodeje medu za vyšší ceny než v současné době

Ohrožení

- nemoci včel
- počasí
- dotační politika Ministerstva zemědělství České republiky
- nemoc včelaře
- zvýšení cen vstupů, například cukru

4.3 Šetření na farmářských trzích

V rámci zjišťování informací o farmářích byly autorkou této práce navštíveny farmářské trhy v Nepomuku a Blovicích. Pro tyto farmářské trhy se autorka rozhodla z toho důvodu, že se zaměřila na dotazování farmářů z jižního Plzeňska. Dalším důvodem je to, že tyto trhy lze považovat za menší, a to jak z pohledu prodejců, tak z hlediska návštěvnosti zákazníky. Pokud by chtěla autorka práce provádět své šetření například

na farmářských trzích v Plzni, narazila by na problém nedostatku času prodejců potřebného k poskytnutí rozhovoru.

Trhy v Nepomuku byly za účelem šetření navštíveny ve dnech 10. listopadu 2012 a 16. března 2013. Trhů konaných ke konci roku 2012 se zúčastnilo celkem 10 prodejců. Mezi nabízené zboží patřily například holandské sýry, sladké pečivo a zákusky, květinové vazby, zelenina, uzeniny a maso, med, pečené čaje a další. Med zde byl prodáván dvěma včelaři. Na těchto trzích si konkurovali také prodejci uzenin, protože i ti dorazili v počtu dvou prodejců. Mnohem větší sortiment byl nabízen na trzích v Nepomuku, které se konaly 16. března 2013, což byly letošní první pořádané trhy v tomto městě. Tyto trhy byly vzhledem k datu pořádání spojeny s Velikonočním jarmarkem a zároveň se zabijačkou, která je pořádána restaurací Švejka vždy na prvních a posledních farmářských trzích v Nepomuku. Mezi nabízený sortiment patřily maso, uzeniny, balené i sypané koření, uzené sýry, holandské sýry, brambory, ovoce, sazenice, pekařské i cukrářské výrobky, pečené čaje, alkoholické nápoje (konkrétně d'ábelský krvesaj, piva a vína) a jako doplňkový sortiment zde bylo prodáváno dřevěné nádobí.

Na farmářských trzích v Blovicích probíhalo šetření 3. listopadu 2012. I zde byl nabízen obdobný sortiment jako na jiných trzích, a to například mošt, klobásy, uzeniny, maso, uzené sýry, koření, med, pečené ovocné čaje, perníčky. Na rozdíl od trhů v Nepomuku zde bylo ovšem nabízeno i nepotravinové zboží, které dle názoru autorky práce, neodpovídá charakteru produktů nabízených na farmářských trzích, konkrétně se jednalo o stánky s bižuterií či krajkami.

Otázky, které byly dotazovaným pokládány, se týkaly samotného farmaření dotazovaných, nabízeného sortimentu, cen tohoto sortimentu, způsobu prodeje a blíže prodeje na farmářských trzích, dále se otázky zabývaly povinnostmi, jež musí prodejce splňovat, a budoucnosti těchto farmářů. Otázky, jež byly dotazovaným kladeny, jsou k nahlédnutí v Příloze č. 4, nejedná se však o veškeré otázky, protože v průběhu rozhovoru byly doplňovány i otázky, které vyplynuly z odpovědí dotazovaných.

Dotazovaní prodejci byli vybíráni dle uvážení autorky této práce. Ta se chtěla zaměřit na rozhovory s prodejci, u kterých bylo zřejmé, že nabízené produkty vyprodukovali sami.

Příkladem prodejce, se kterým byl veden rozhovor, je například paní Doubková. Ta vlastní zahradnictví a na trzích v Nepomuku nabízela k prodeji balkonové květiny,

zeleninu, sazenice, květinové vazby či vánoční výzdobu. Dále byl dělán rozhovor s prodejci uzenin, a to s prodejci zastupující firmu ZEFA Volary, s. r. o, a řeznictví Herejk, s. r. o. K dalším dotazovaným patřil například včelař a svíčkař Daniel Mareška či prodejce moštu Karel Černý.

Jedna z otázek na farmáře zněla takto: „Z jakého důvodu jste začal/a farmařit?“ Z odpovědí prodejců vyplynulo hned několik důvodů, které je k tomu vedly. Velice častou odpovědí bylo to, že byla veliká poptávka potenciálních zákazníků po určitých produktech, a proto ji chtěli uspokojit. Dalším důvodem je například v případě zahradnictví již 300 let stará tradice, na který chtěli farmáři navázat. Velice často také na trzích nabízejí produkty zemědělci, kteří začali pěstovat zeleninu či ovoce jen pro své užití, avšak měli tak velkou úrodu, že se jim rozhodli nabídnout k prodeji.

Odpovědi dotazovaných na otázku, zda jim někdo s farmařením pomáhá, se většinou shodovaly v tom, že většině farmářů pomáhá hlavně rodina. Někteří z nich, hlavně zpracovatelé masa, však zaměstnávají vlastní pracovníky.

Většina prodávajících nabízí své produkty na více farmářských trzích v různých městech. Výjimku tvoří Řeznictví Herejk z Blovic, které prodává jen na trzích v Blovicích, či pan Černý, který svůj mošt nabízel jen na jednom konkrétním trhu v Blovicích, protože k tomu byl přemluven pořadatelem a přebytek moštu měl jen v tomto období.

Někteří z prodejců nenabízí své produkty jen na farmářských trzích, ale i ve svém vlastním kamenném obchodě. Příkladem lze uvést ZEFA Volary, Řeznictví Herejk, zahradnictví paní Doubkové. Jinou možnost prodeje využívá také pan Mareška, který se vedle prodeje medu zabývá výrobou svíček ze včelího vosku či výrobou medoviny. Ten nabízí své výrobky většinou na různých jarmarcích a přes letní období prodává svíčky v obchůdku na hradě Kašperk.

Při prodeji na farmářských trzích musí prodejci splňovat velké množství požadavků. Například při prodeji masa využívají prodejci chladicích boxů, které si mohou zapůjčit od pořadatelů, nebo vlastní pojízdné prodejny, kde mají vlastní chladicí vybavení. Med musí mít včelař opatřený informacemi o výrobcích, datum trvanlivosti, druhu medu, hmotnosti. Svíčkař musí přikládat ke svíčkám bezpečnostní informace používání. Tyto požadavky jsou velice často kontrolovány zástupcem Krajské veterinární správy. Prodejcem, který by podle autorky mohl mít s návštěvou kontroly problém, byl prodejce

moštu v Blovicích, který neměl mošt vůbec ničím označen, a zákazníkovi o moštu tedy nebyly poskytnuty žádné informace.

Tito prodejci také nabízeli několik výrobků s různými oceněními kvality. Nejčastěji zde byly zastoupeny produkty s oceněním Regionální produkt. Příkladem lze uvést špekáčky z řeznictví Herejk, špekáčky, sekanou a šunkový salám pocházející od ZEFA Volary, které má vedle ocenění na uzenářské výrobky také certifikát na zelnáky. Značkou Šumava originální produkt jsou oceněny svíčky pana Marešky. Na trzích byl také nabízený Preclíkový vrták, který má diplom za 3. místo v soutěži Pekařské výrobky.

Nabízený sortiment některých prodejců se mění v závislosti na ročním období a datu pořádání trhů v roce. Příkladem je velikonoční sekaná či vánoční sádlo v sortimentu ZEFA Volary. Jiný sortiment je také nabízen zelináři na jaře a na podzim. Farmáři jezdí na trhy vždy s těmi produkty, které právě vypěstovali. Proto nelze zakoupit například v říjnu čerstvé jahody od českého farmáře. Svíčkař pan Mareška se snaží přijít každý rok s novým tvarem svíčky, v loňském roce prodával svíčky ve tvaru hradu Kašperk.

Jedna z dalších otázek, na kterou odpovídali prodejci, se týkala tvorby a zvyšování ceny jejich produktů. Většina prodejců odpověděla, že cena je tvořena na základě vstupních nákladů a v důsledku zvyšování nákladů, zvyšují i oni cenu svých produktů. Ne vždy je to ovšem možné. Například paní prodávající med ho většinou prodává pod cenou, protože se snaží nižší cenou konkurovat jiným včelařům zde prodávajícím. Stejně jako ona, tak i většina dotazovaných se snaží příliš nezdražovat, protože se obávají toho, že by jim ubylo zákazníků. Na druhou stranu je však potřeba držet ceny v takové výši, aby se farmáři prodejem užívali. Většina prodávajících na trzích totiž nemá jiný zdroj finančních prostředků než právě tržby z prodeje svých produktů.

Téměř shodně odpovídali dotazovaní také na otázku, kde měli vyjádřit svůj názor na farmářské trhy a jejich budoucnost. Na farmářské trhy mají velice kladný názor a je jen dobře, že existuje tato forma prodeje. Mohou komunikovat se zákazníky a získávat si tak zákazníky stálé, které je navštěvují i jinde. Myslí si, že se farmářské trhy budou i nadále rozvíjet a zvyšovat se jejich počet, protože je vidět, že mezi lidmi je opravdu velký zájem o kvalitní potraviny. Poukazují však na skutečnost, že je potřeba prodejce na trzích řádně kontrolovat, aby zde neprodávali podvodníci a udržela se tak kvalita farmářských trhů.

5 Návrhy opatření podporujících přímý prodej zemědělských produktů a rozvoj farmářských trhů

V této části se autorka práce chce zaměřit na různé problémy, které jsou spojeny s přímým prodejem a farmářskými trhy a následně navrhnout opatření, která by je mohla pomoci vyřešit. Tyto problémy byly zjištěny v rámci vymezování teoretických aspektů přímého prodeje i z odpovědí farmářů při rozhovorech.

5.1 Věková struktura zemědělců

První problém lze nalézt ve věkové struktuře zemědělců v České republice. Většina pracovníků v zemědělství se nachází ve věkovém rozmezí 45-64 let. Tuto informaci lze zjistit, jak na stránkách Českého statistického úřadu, tak i vlastním šetřením a pozorováním prodejců například na farmářských trzích. S ohledem na to, jak je práce v zemědělství fyzicky náročná, je tato informace velice alarmující. Generace zemědělců stárne a není zde dostatek mladých následovníků. Jako příklad lze uvést farmáře, který nabízel na farmářských trzích v Nepomuku brambory, sazeničky a podobně. Tento pán se nachází ve věkové kategorii 50-60 let a spolu s manželkou a jejich dětmi se starají o své zahradičtví. Rád by svou živnost později předal dětem, avšak vzhledem k tomu, že ty se v tomto prostředí vyskytují již od dětství, tak ví, kolik práce takové zahradičtví obnáší, a tudíž se tomu nechtějí věnovat celý život. Dle autorčina názoru dospívá v současné době generace, která se nechce celý život žít „rukama“, a proto i méně nadaní studenti studují místo odborných učilišť střední školy s maturitou. V současné době zde tedy chybí mladí lidé, kteří by mohli pracovat v zemědělství.

K řešení této situace by mohl být vytvořen společný projekt Ministerstva zemědělství a Ministerstva školství, který by přilákal studenty do současných škol zaměřených na zemědělství. Těchto škol se nachází v České republice však velice málo, tudíž je potřeba zřídit další školy s takovýmto zaměřením. Například v Plzeňském kraji se nacházejí jen dvě školy, které vzdělávají studenty v oboru zemědělství. (Seznam škol, c2009-2013)

5.2 Nedostatek prodejců mléčných výrobků

Z rozhovorů s farmáři i z vlastního pozorování autorky práce vyplynulo, že na farmářských trzích je nedostatečná nabídka mléčných produktů.

Tento problém by se dal alespoň na trzích v Nepomuku či v Blovicích vyřešit přítomností paní Velíkové jako prodávající ovčích sýrů. Paní Velíková však v současné době nemá dostatek technického vybavení k výrobě většího množství sýrů, které by uspokojilo poptávku na trzích. Proto je v jednání pořízení pasteru, jenž by přispěl ke zkvalitnění výroby, na které však musí nejdříve získat dotaci od Místní akční skupiny. Po zakoupení pasteru a následně i dalších ovcí by mohla paní Velíková rozšířit svou výrobu a nabízet tak sýry na farmářských trzích nebo je dodávat do farmářského obchodu v Plzni.

5.3 Nákup cukru včelaři

Další problém, který ovlivňuje přímý prodej medu, vyplynul z rozhovoru se včelařem panem Turčem.

Včelaři musí každoročně zakupovat velké množství cukru, který následně slouží k dokrmování včelstev. Vzhledem k výši ceny cukru a potřebnému množství, se snaží vyhledávat cukr v supermarketech, kde je prodáván ve slevě. Při těchto akcích jsou kupující však omezeni množstvím cukru, které lze zakoupit při jednom nákupu, například 10 kg či 20 kg na osobu. Jak bylo sděleno včelařem při rozhovoru, naposledy nakupoval cukr v obchodě Kaufland za cenu 16,90 Kč za kg cukru. Vzhledem k tak nízké ceně se rozhodl zakoupit 200 kg cukru. Bylo mu však dovoleno zakoupit při jednom nákupu jen 20 kg, proto se musel pan Turč ještě celkem desetkrát vrátit do obchodu a desetkrát zakoupit 20 kg cukru. Nejen, že to zabírá včelaři čas, ale je mu to i nepříjemné.

Možným řešením tohoto problému by mohla být množstevní výjimka obchodů při nákupu cukru včelaři. Podmínkou by však bylo, že by musel včelař předložit včelařský průkaz, jenž by dokazoval, že zakoupený cukr nebude následně prodáván v dalších maloobchodech, ale bude jasný účel jeho využití.

5.4 Kontroly farmářů na farmářských trzích

Velice často navštěvují trhy orgány Státní veterinární správy ČR a kontrolují prodejce. I přesto se na farmářských trzích neustále objevují zásadní problémy při prodeji. Mezi nejčasněji zjištěné závady patří nevyhovující teploty při prodeji potravin, využití neschváleného či neregistrovaného zařízení při výrobě výrobku, prodej potravin s neznámým původem, prodej potravin s chybějícím nebo nesprávným označením,

prodej vajec, která nejsou označená. K dalším problémům patří to, že potraviny nejsou dostatečně chráněny před nepříznivými vlivy prostředí a některé výrobky jsou označovány výrazem „domácí“. (Duben, 2011)

V rámci rozhovorů na farmářských trzích bylo autorce sděleno prostřednictvím farmářů, že jsou kontrolováni v průměru jedenkrát až dvakrát do roka. To je však dle autorčina názoru nedostatečné. Velmi zajímavou informaci poskytl včelař, pan Turč. Toho zastihla kontrola na farmářských trzích v Blovicích. Vzhledem k tomu, že se vždy snaží mít vše řádně označené a v pořádku, byl kontrolou pochválen. Všiml si však té skutečnosti, že zrovna na těchto konkrétních trzích se zde nevyskytovali žádní jiní prodejci s medem, kteří se zde běžně vyskytují. Běžně jim totiž konkurují včelaři, kteří med nabízí za nižší cenu, avšak v řádně neoznačených sklenicích, tudíž by jim byla kontrolou udělena pokuta za nesprávně označený med. Pan Turč se domnívá, že se k těmto včelařům dostala informace o návštěvě těchto trhů Státní veterinární správou. To lze však považovat za značně znepokojivé, protože takovýto včelař, který nesplňuje požadavky, nemůže být potrestán.

Proto si autorka práce myslí, že by měl být zvýšen počet i kvalita kontrol farmářů, kteří prodávají na farmářských trzích, aby nebylo ohroženo zdraví zákazníků při požití zde zakoupených potravin.

5.5 Návštěvnost farmářských trhů

Návštěvnost farmářských trhů se zvyšuje, pokud je trh spojen ještě s nějakou akcí konanou v tomto městě či s nějakým doprovodným programem. Příkladem mohou být farmářské trhy v Nepomuku konané 16. března 2013. Tyto trhy byly spojeny s Velikonočním jarmarkem a zabijačkou. Díky tomu zde byl vyšší počet nakupujících než obvykle. S vyšším počtem zákazníků samozřejmě rostou i tržby prodejců. Proto by autorka práce navrhovala pořádat více akcí spolu s farmářskými trhy.

Možností by bylo pořádat například malé vinobraní v září či říjnu, tedy v období po sklizni vína. Další volbou by mohlo být zaměření některých farmářských trhů například v červenci či srpnu na grilování a zvýšit tak počet prodejců prodávajících sortiment určený ke grilování.

Dále by bylo možné spojit farmářské trhy s nějakou kulturní akcí. Příkladem by mohlo být vystoupení žáků místní základní školy.

6 Shrnutí a závěr

Zemědělství patří k jednomu z nejdůležitějších odvětví v České republice. Díky zemědělství je zajištěn rozvoj českého venkova a zaměstnanost lidí zde žijících. Můžeme také děkovat českému zemědělství za to, že jsou na českém trhu k dostání kvalitní, chutné a čerstvé potraviny. Díky zemědělcům, kteří na českém území chovají dobytek, včely, slepice a jiná domácí zvířata, pěstují obiloviny, zeleninu a ovoce, mají spotřebitelé možnost koupě velmi kvalitních potravin českého původu.

Pokud nechce zemědělec prodávat své výstupy do takzvaných výkupů či supermarketů, naskýtají se mu 4 možnosti, pomocí kterých může prodat své produkty spotřebiteli. Nejjednodušším způsobem ze strany producenta je takzvaný prodej ze dvora. Při tomto prodeji vyhledá sám spotřebitel prodávajícího a koupě produktů probíhá v hospodářství zemědělce. Při tomto způsobu prodeje je však zemědělec povinen splňovat velké množství hygienických a bezpečnostních podmínek a může takto prodávat jen omezené množství produktů. Další možností prodeje pro zemědělce je prodej prostřednictvím bedýnek. Existují dvě možnosti, jak bedýnky mohou fungovat. Jednou z možností je, že si zemědělec prodej prostřednictvím bedýnek zajišťuje sám a dováží tak čerstvé potraviny přímo spotřebiteli. Druhou možností je prodej prostřednictvím firem, které bedýnkový prodej zajišťují. Příkladem takovéto firmy v Plzeňském kraji je firma Freshkoš, která nakupuje jednotlivé potraviny od zemědělců a následně z nich vytváří „koše“, které následně rozváží spotřebitelům. K dalšímu způsobu přímého prodeje, který zažil v posledních letech nebývalý boom, můžeme přiřadit prodej na farmářských trzích. Farmářské trhy se konají ve větších městech po celé České republice, a to v pravidelných časových intervalech – týdenních, dvoutýdenních či měsíčních. Na farmářských trzích nabízejí své produkty sami producenti a setkávají se zde se svými zákazníky. K posílení důvěry zákazníků byl sepsán Ministerstvem zemědělství Kodex farmářských trhů, který zákazníkům zaručuje, že na farmářském trhu zakoupí vždy čerstvé, kvalitní a domácí potraviny přímo od výrobců. Institucí, která má na starost posílení důvěryhodnosti farmářských trhů a prověřování prodejců, je Asociace farmářských trhů, jež byla založena v roce 2012. Při prodeji na farmářských trzích se musí, stejně jako při prodeji ze dvora, dodržovat přísné hygienické podmínky, které byly sepsány Státní veterinární správou České republiky. Posledním způsobem prodeje, který byl v této práci představen, je prodej ve farmářských prodejnách.

Farmářské prodejny byly založeny jako reakce na úspěch farmářských trhů. Zemědělci v tomto případě zastávají pozici dodavatelů čerstvých potravin a farmářské prodejny pak tyto potraviny nabízí dále spotřebitelům. Příkladem farmářských prodejen v Plzni je Farmářských obchod provozovaný panem Poppem, zakladatelem farmářských trhů v Plzni, a Náš grunt.

K získání konkrétních informací o farmářích a jejich přímého prodeje byly provedeny nestrukturované rozhovory. První dotazovanou byla paní Velíková, která se zabývá chovem ovcí a výrobou ovčích sýrů pod značkou „Řekni sýr“. Sýry jsou v současné době prodávány prostřednictvím prodeje ze dvora. Po získání dotace, o kterou před časem paní Velíková žádala, by ovšem chtěla své podnikání rozšířit, vyrábět sýry ve větším množství a ty následně prodávat na farmářských trzích v Nepomuku a Blovicích, případně i dodávat do farmářského obchodu v Plzni, kde by o místní ovčí sýry byl zájem. Dalším producentem, se kterým byl veden rozhovor, byl včelař pan Turč. Ten prodává med ze dvora a také ho nabízí na farmářských trzích v Nepomuku a Blovicích. Další rozhovory, tentokrát strukturované, byly provedeny na farmářských trzích v Nepomuku a Blovicích. Z těchto rozhovorů vyplynuly například důvody, které vedou producenty k provozování zemědělství a k následnému prodeji produktů na farmářských trzích. Za tyto důvody lze považovat přebytky, které zemědělcům vzniknou při velké úrodě, rodinná tradice či poptávka spotřebitelů po určitých produktech. Vedle prodeje na farmářských trzích prodávají tito farmáři velice často své výrobky také prostřednictvím prodeje ze dvora či ve svých vlastních prodejnách.

Jako reakce na informace v rozhovorech, byly vytvořeny návrhy opatření podporujících přímý prodej zemědělských produktů a rozvoj farmářských trhů. Problémem, který je v současném zemědělství, je věková struktura pracovníků v zemědělství. Jako řešení bylo navrženo zpopularizování mladé generaci studia zemědělských oborů či zřízení dalších škol tohoto zaměření. Dalším nedostatkem je malé množství prodejců mléčných výrobků, tento problém je možné vyřešit rozšířením produkce paní Velíkové do takové míry, kdy bude moci zajistit prodej na farmářských trzích. Jako další v pořadí byla navržena výjimka, která by umožňovala včelařům koupi cukru v obchodních řetězcích bez množstevního omezení. Dále bylo navrženo, aby kontroly na farmářských trzích probíhali častěji a kvalitněji. Posledním návrhem, který by zvýšil návštěvnost farmářských trhů, bylo propojení farmářských trhů s kulturní událostí.

Seznam obrázků a tabulek

Tabulka č. 1: Vývoj výměry zemědělské půdy a podniků v ekologickém zemědělství ČR	13
Tabulka č. 2: Celkový počet trhů v České republice v jednotlivých datech	30
Tabulka č. 3: Seznam regionální potravin Plzeňského kraje	74
Tabulka č. 4: Počet farmářských trhů v jednotlivých krajích k říjnu 2012	78
Obrázek č. 1: Označení biopotraviny	14
Obrázek č. 2: Logo Regionální potravin Plzeňského kraje	15

Seznam zkratek

ČR – Česká republika

ČSV – Český svaz včelařů

KEZ – Kontrola ekologického zemědělství

o. p. s. – obecně prospěšná společnost

s. r. o. – společnost s ručením omezeným

Seznam použité literatury

Monografické publikace

BINEK, Jan. a kol. *Venkovský prostor a jeho oživení*. Brno: Georgetown, 2007, 137 s. ISBN 80-251-19-5.

DROBNÍČEK, Ladislav., PEŠÁN, Jaroslav., SMETANA, Pavel. *Jak na-- faremní prodej ze dvora*. Vyd. 1. Klatovy: Úhlava, 2010, 104 s. ISBN 978-80-903851-6-0.

FAJMON, Hynek. *Současnost a budoucnost českého zemědělství v EU: informační příručka europoslance Hynka Fajmona*. Praha: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK) ve spolupráci se skupinou Evropských konzervativců a reformistů (EKR), 2010, 187 s. ISBN 978-80-7325-215-1.

HRADIL, Radomil. *Manuál pro prodejce biopotravin*. Šumperk: Svaz ekologických zemědělců PRO-BIO, 2001, 40 s.

KOUŘILOVÁ, Jindra., PŠENČÍK, Jiří., KOPTA, Daniel. *Dotace v zemědělství: z hlediska komplexního pohledu a s přihlédnutím k ekologickému zemědělství*. Vyd. 1. Brno: Pro Ekonomickou fakultu Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích vydalo Akademické nakladatelství CERM, 2009, 106, [76] s.,. ISBN 978-80-7204-637-9.

KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 277 s. ISBN 80-247-0966-X.

Elektronické zdroje

Ama. „*Farmářský*“ neznamená BIO, přesto mu Češi věří čím dál víc. [online] Česká televize, 28.4.2012 [cit. 26.3.2013] Dostupné z:

<<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/174063-farmarsky-neznamena-bio-presto-mu-cesi-veri-cim-dal-vic/>>

Bedýnky. *Co jsou bedýnky?*. [online] Bedýnky, c2009-2013 [cit. 19.3.2013] Dostupné z: <<http://www.bedynky.cz/text/co-jsou-bedynky>>

Biobedýnky. *Jak funguje běžné bedýnkování?*. [online] Biobedýnky, c2008 [cit. 19.3.2013] Dostupné z: <<http://www.bio-bedynky.cz/>>

Biospotřebitel. *Značení biopotravin*. [online] Biospotřebitel [cit. 16.3.2013] Dostupné z: <<http://biospotrebitel.cz/chci-znat-bio/jak-poznam-bio/znaceni-biopotravin>>

BOHUTÍNSKÁ, Jana. *Chcete prodávat ovoce a zeleninu v bedýnkách? Zjistili jsme, jaké to má výhody a úskalí*. [online] Podnikatel, 10.8.2010 [cit. 19.3.2013] Dostupné z: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/prodavat-ovoce-a-zeleninu-v-bedynkach-vyhody/>>

České farmářské trhy. *Fenomén českých farmářských trhů*. [online] České farmářské trhy, c2010-2011 [cit. 21.3.2013] Dostupné z: <<http://www.ceskefarmarsketrhy.cz/>>

Český statistický úřad. *Agrocenzus 2010 regiony – Strukturální šetření v zemědělství a metody zemědělské výroby 2010*. [online] Český statistický úřad, 31.10.2011 [cit. 8.4.2013] Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/kapitola/2129-11-n_2011-10>

Český statistický úřad. *Postavení venkova v Plzeňském kraji 2008*. [online] Český statistický úřad, 30.9.2009 [cit. 8.4.2013] Dostupné z:
<<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/kraj/321361-09-xp>>

DUBEN, Josef. *Nový fenomén – farmářské trhy* [online] Státní veterinární správa České republiky, 17.10.2011 [cit. 5.4.2013] Dostupné z:
<<http://www.svscr.cz/index.php?art=5192>>

DVOŘÁČKOVÁ, Tereza. *Farmářské trhy mají svůj kodex, pomůže jim posílit důvěru zákazníků*. [online] Ministerstvo zemědělství, 31.5.2011 [cit. 21.3.2013] Dostupné z:
<http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2011_farmarske-trhy-maji-svuj-kodex-pomuze.html>

Farmářské trhy. *Farmářské trhy ovládly česká města*. [online] Farmářské trhy, c2012a [cit. 21.3.2013] Dostupné z: <<http://www.farmarske-trhy.cz/magazin/10/>>

Farmářské trhy. *Rozhoduje farmář a starosta*. [online] Farmářské trhy, c2012b [cit. 28.3.2013] Dostupné z: <<http://www.farmarske-trhy.cz/magazin/11/>>

Farmářské tržiště. *O nás*. [online] Farmářské tržiště, c2013 [cit. 21.3.2013] Dostupné z:
<<http://www.farmarsketrziste.cz/menu/o-nas>>

Farmářský obchod. *Informace o Farmářském obchodu*. [online] Farmářský obchod, datum nenalezeno a [cit. 29.3.2013] Dostupné z: <<http://www.farmarsky-obchod.cz/informace-o-farmarskem-obchodu.htm>>

Farmářský obchod. *O nás*. [online] Farmářský obchod, datum nenalezeno b [cit. 29.3.2013] Dostupné z: <<http://www.farmarsky-obchod.cz/o-nas.htm>>

Farmářský obchod. *Seznam dodavatelů*. [online] Farmářský obchod, datum nenalezeno c [cit. 29.3.2013] Dostupné z: <<http://www.farmarsky-obchod.cz/katalog-dodavatelu/>>

Freshkoš. *Farmářské bedýnky*. [online] Freshkoš, c2013c [cit. 19.3.2013] Dostupné z: <<http://www.freshkos.cz/index.php?route=product/category&path=20>>

Freshkoš. *Freshkoš*. [online] Freshkoš, c2013b [cit. 19.3.2013] Dostupné z: <http://www.freshkos.cz/index.php?route=information/information&information_id=4>

Freshkoš. *O nás*. [online] Freshkoš, c2013a [cit. 19.3.2013] Dostupné z: <http://www.freshkos.cz/index.php?route=information/information&information_id=7>

HAVEL, Petr. *Farmářské trhy v obchodáku neuznáváme, říká nová asociace*. [online] Vitalia, 24.9.2012 [cit. 25.3.2013] Dostupné z: <<http://www.vitalia.cz/clanky/asociace-farmarske-trhy-v-obchodaku-neuznavame/>>

HONZŮ, Pavlína. *Farmářské trhy: vývoj 2010-2012: Počet farmářských trhů v Praze a ostatních městech*. [online] Vitalia, c2012a [cit. 26.3.2013] Dostupné z: <<http://www.vitalia.cz/galerie/farmarske-trhy-vyvoj-2010-2012/#2>>

HONZŮ, Pavlína. *Farmářské trhy: vývoj 2010-2012: Porovnání počtu farmářských trhů v dubnu a v říjnu 2012*. [online] Vitalia, c2012b [cit. 26.3.2013] Dostupné z: <<http://www.vitalia.cz/galerie/farmarske-trhy-vyvoj-2010-2012/#5>>

KRBCOVÁ, Lenka. *Boom farmářských trhů: za dva roky narostly trojnásobně*. [online] Vitalia, 6.3.2013a [cit. 26.3.2013] Dostupné z: <<http://www.vitalia.cz/clanky/boom-farmarskych-trhu-za-dva-roky-narostly-trojnashobne/>>

KRBCOVÁ, Lenka. *O lokální a kvalitní potraviny je zájem, otvírají se další prodejny.* [online] Vitalia, 17.10.2012b [cit. 29.3.2013] Dostupné z: <<http://www.vitalia.cz/clanky/o-lokalni-a-kvalitni-potraviny-je-zajem/>>

Lidovky. *Farmářských prodejen přibývá. Češi si jejich produkty oblíbili.* [online] MAFRA, 19.4.2012 ISSN 1213-1385 [cit. 29.3.2013] Dostupné z: <http://byznys.lidovky.cz/farmarskych-prodejen-pribyva-cesi-si-jejich-produkty-oblibili-p7c-/firmy-trhy.aspx?c=A120418_161227_firmy-trhy_rka>

Město Blovice. *Farmářské trhy.* [online] Oficiální stránky Města Blovice, c2013 [cit. 26.3.2013] Dostupné z: <<http://www.blovice-mesto.cz/farmarske-trhy/>>

Ministerstvo zemědělství. *Biopotraviny.* [online] Ministerstvo zemědělství, c2009-2011d [cit. 16.3.2013] Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/biopotraviny-1/>>

Ministerstvo zemědělství. *Ekologické zemědělství.* [online] Ministerstvo zemědělství, c2009-2011b [cit. 15.3.2013] Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi>>

Ministerstvo zemědělství. *Farmářský kodex.* [online] Ministerstvo zemědělství, c2009-2011f [cit. 21.3.2013] Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2011_farmarske-trhy-maji-svuj-kodex-pomuze.html>

Ministerstvo zemědělství. *Regionální potraviny.* [online] Ministerstvo zemědělství, c2009-2011e [cit. 18.3.2013] Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/regionalni-potraviny/>>

Ministerstvo zemědělství. *Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31.12.2012*. [online] Ministerstvo zemědělství, 11.2.2013c [cit. 15.3.2013] Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/>>

Ministerstvo zemědělství. *Zemědělská výroba*. [online] Ministerstvo zemědělství, c2009-2011a [cit. 15.3.2013] Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/>>

Náš grunt. *O společnosti*. [online] Náš GRUNT, c2009-2013 [cit. 29.3.2013] Dostupné z: <<http://www.nasgrunt.cz/2-o-spolecnosti.html>>

Plzeňské farmářské trhy. *Co na trzích (ne)koupíte*. [online] Plzeňské farmářské trhy, datum nenalezeno a [26.3.2013] Dostupné z: <<http://www.plzensketrhy.cz/plzenske-farmarske-trhy/co-na-trzich-nekoupite.htm>>

Plzeňské farmářské trhy. *Plzeňské farmářské trhy*. [online] Facebook, 2013 [cit. 26.3.2013] Dostupné z: <<https://www.facebook.com/plzenskefarmarske.trhy?fref=ts>>

Plzeňské farmářské trhy. *Plzeňské farmářské trhy*. [online] Plzeňské farmářské trhy, datum nenalezeno c [cit. 26.3.2013] Dostupné z: <<http://www.plzensketrhy.cz/>>

Plzeňské farmářské trhy. *Termíny trhů*. [online] Plzeňské farmářské trhy, datum nenalezeno b [cit. 26.3.2013] Dostupné z: <<http://www.plzensketrhy.cz/plzenske-farmarske-trhy/terminy-trhu.htm>>

Regionální potravina. *Regionální potraviny Plzeňského kraje*. [online] Ministerstvo zemědělství, datum nenalezeno b [cit. 18.3.2013] Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/regionalni-potraviny/plzensky-kraj/?pageSize=20&pos=0>>

Regionální potravina. *Značka Regionální potravina oceňuje ty nejlepší výrobky z každého kraje.* [online] Ministerstvo zemědělství, datum nenalezeno a [cit. 18.3.2013] Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/>>

SEDLÁČEK, Jiří. *Je to naše přirozenost.* [online] Farmářské tržiště, 2011 [cit. 28.3.2013] Dostupné z: <<http://www.farmarsketrziste.cz/wp-content/uploads/Farmarske-trhy-prirozeny-zpusob-nakupovani.jpg>>

Seznam škol. *Zemědělské školy Plzeňský kraj.* [online] Just4web, c2009-2013 [cit. 10.4.2013] Dostupné z: <<http://www.seznamskol.eu/typ/zemedelska-skola/?kraj=plzensky>>

Státní veterinární správa. *Desatero Státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích.* [online] Státní veterinární správa České republiky, 31.7.2012a [cit. 26.3.2013] Dostupné z: <<http://www.svscr.cz/index.php?art=4877>>

Státní zemědělský intervenční fond. *Regionální potravina.* [online] Státní zemědělský intervenční fond, c2010-2013 [cit. 18.3.2013] Dostupné z: <<http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/regionalni-potravina>>

ŠTVERÁK, Ladislav. *MZe předpokládá pro letošek významný nárůst dotací.* [online] Krajské informační středisko pro rozvoj zemědělství a venkova Plzeňského kraje Agentura venkova o. p. s., 20.1.2013 [cit. 17.3.2013] Dostupné z: <<http://www.kispk.cz/default.asp?ids=0&ch=359&typ=1&val=124514>>

Úhlava. *Vyhlášení čtvrtého ročníku o nejlepší regionální potraviny Plzeňského kraje 2013.* [online] Envic, 9.4.2013 [cit. 6.4.2013] Dostupné z:

<<http://www.envic.cz/novinky/vyhlaseni-ctvrteho-rocniku-o-nejlepsi-regionalni-potravin-y-plzenskeho-kraje-2013.htm>>

Ústav zemědělské ekonomiky a informací. *Český trh s biopotravinami v roce 2010 zůstal na hodnotách předchozího roku, v roce 2011 se očekává mírný nárůst spotřeby.* [online] Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2.3.2012 [cit. 16.3.2013] Dostupné z: <<http://www.uzei.cz/left-menu/publikacni-cinnost/clanky/2012/Cesky-trh-s-biopotravinami-2010.pdf>>

Osobní sdělení:

TURČ, Jan. Dvorec u Nepomuka, 29.3.2013, včelař

VELÍKOVÁ, Vladislava. Čížkov, 26.1.2013, producentka ovčích sýrů

Seznam příloh

Příloha A: Seznam regionálních potravin Plzeňského kraje

Příloha B: Farmářský kodex

Příloha C: Počet farmářských trhů v jednotlivých krajích v říjnu 2012

Příloha D: Seznam otázek kladených prodejčům na farmářských trzích

Příloha A: Seznam regionálních potravin Plzeňského kraje

Tabulka č. 3: Seznam regionální potravin Plzeňského kraje

Název potraviny	Výrobce	Vítězná kategorie	Rok vyhlášení
Zbojnický bok česnekový	Řeznictví – Pirník	Masné výrobky tepelně opracované	2012
Mrákovská vrchovina	Zemědělské obchodní družstvo Mrákov	Masné výrobky trvanlivé	2012
Jogurt bílý	Josef Martínek	Mléčné výrobky ostatní	2012
Grahamový listový šáteček s ořechovou náplní	PEKO – Němečková	Pekařské výrobky včetně těstovin	2012
Prácheňská hnětýnka	Střední škola Horažďovice	Cukrářské výrobky	2012
Medovina z Českého lesa s příchutí chmele a zázvoru	Ing. Jaroslav Lstibůrek	Alkoholické a nealkoholické nápoje	2012
Hrušky sušené	LUKRENA	Ovoce a zelenina	2012
Kapr uzený porcovaný	Zpracovna ryb Klatovy	Ostatní	2012
Přešínský špekáček	Řeznictví a uzenářství Herejk	Masné výrobky tepelně opracované	2011
Přešínská klobása	Řeznictví a uzenářství Herejk	Masné výrobky trvanlivé	2011
Přírodní sýr	Josef Martínek	Sýry (včetně tvarohu)	2011
Kysané mléko	Josef Martínek	Mléčné výrobky ostatní	2011

Víkendový chléb	PEKO – Němečková	Pekařské výrobky	2011
Oříškový rohlíček	Západočeské konzumní družstvo Sušice	Cukrářské výrobky	2011
Purkmistr tmavý ležák 12° (2l sklo)	LUKRÉCIUS	Alkoholické a nealkoholické nápoje	2011
Kysané zelí	Josef Krůs	Ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracovatelské formě	2011
Tolstolobik uzený porcovaný	Zpracovna ryb Klatovy	Ostatní	2011
Šumaváček	Josef Martínek	Mléko a mléčné výrobky	2010
Krchlebský koláč	Helena Konopíková	Pekařské a cukrářské výrobky	2010
Dobřanský Sekáč	Pivovar – restaurant Modrá hvězda	Alkoholické a nealkoholické nápoje	2010
Pstruh uzený, filet s kůží	Zpracovna ryb Klatovy	Ostatní	2010
Dětské párky	Drůbežářský závod Klatovy	Masné výrobky	2010
Jablko odrůda Julia	Alimex Nezvěstice	Ovoce a zelenina	2010

Zdroj: vlastní zpracování (2013), podle Regionální potravina (datum nenalezeno b)

Příloha B: Farmářský kodex

Definice farmářských trhů

Farmářské trhy (sedlácké, selské, zemědělské trhy apod.) jsou forma prodeje zemědělského a potravinářského zboží pro občanskou veřejnost, jejímž cílem je:

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

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

Kodex farmářských trhů

Předmětem prodeje na Farmářských trzích může být pouze zboží, které tematicky odpovídá charakteru Farmářských trhů a vychází z české tradice, a to zejména z tradice pěstování plodin, chovu hospodářských zvířat a výroby potravinářských produktů.

Tento „kodex farmářských trhů“ má přispět k lepší orientaci spotřebitelů, kde základním kritériem musí být pro spotřebitele jistota o původu, kvalitě a hygienické nezávadnosti nabízených farmářských produktů.

1. Prodávané zboží na „farmářských trzích“ pochází od farmáře nebo výrobce potravin (dále jen farmář), který garantuje původ prodávaného zboží z vlastních zdrojů a je schopen tento původ při prodeji prokázat.
2. Farmáře může při prodeji zastupovat jeho rodinný příslušník, nebo osoba, s kterou má farmář uzavřenou smlouvu nebo písemné pověření.
3. Provozovatelé farmářských trhů a farmáři u nabízeného zboží dodržují a splňují základní legislativní požadavky (mimo jiné www.szpi.gov.cz; www.svscr.cz).
4. Provozovatel farmářských trhů preferuje zejména farmáře, kteří prodávají zboží z daného regionu. O prodeji zboží z ostatních regionů ČR, eventuelně z příhraničních oblastí rozhoduje provozovatel.
5. V rámci tzv. „doplňkového prodeje“ mohou provozovatelé farmářských trhů poskytnout místa i jiným prodejcům. V případě, že se jedná o zahraniční zboží je u něj nutné označit zemi původu.

6. Provozovatel „farmářského trhu“ který se hlásí k principům „Kodexu farmářských trhů“ zajistí označení vlastním jednotným a viditelným logem ty stánky prodejců, kteří splňují body 1 a 2 „Kodexu farmářských trhů“.
7. Provozovatel farmářského trhu je povinen umístit znění „kodexu farmářských trhů“ na viditelném místě při konání farmářských trhů (například u vstupu na tyto trhy nebo na každém stánku u prodávajícího, u tržního řádu apod.).

(Ministerstvo zemědělství, 2011f)

Příloha C: Počet farmářských trhů v jednotlivých krajích v říjnu 2012

Tabulka č. 4: Počet farmářských trhů v jednotlivých krajích k říjnu 2012

Kraj	Počet farmářských trhů
Praha	46
Jihočeský	8
Jihomoravský	8
Karlovarský	3
Královéhradecký	8
Liberecký	12
Moravskoslezský	9
Olomoucký	5
Pardubický	4
Plzeňský	4
Středočeský	19
Ústecký	17
Vysočina	7
Zlínský	8
Celkem	158

Zdroj: vlastní zpracování (2013), podle Pavlíny Honzů (c2012b)

Příloha D: Seznam otázek kladených prodejčům na farmářských trzích

Jaký je Váš sortiment?

Jak dlouho již farmaříte?

Z jakého důvodu jste začal farmařit?

Jak často jezdíte prodávat na trhy?

Prodáváte jen na těchto trzích nebo jezdíte prodávat i do jiných měst? Případně v jakých dalších městech nabízíte své zboží?

Musíte platit za pronájem místa/stánku nějaký poplatek? Pokud ano, v jaké výši?

Máte povinnost mít nějak speciálně označení výrobek? Jsou nějaké zvláštní požadavky na balení, chlazení, uchovávání Vašeho zboží?

Máte nějaké certifikáty na Váš výrobek či osvědčení?

Navštěvují Vás kontroly?

Ptají se Vás zákazníci na původ Vašeho zboží? Nebo na nějaké další informace?

Čím byste přesvědčil potencionálního zákazníka, aby si zakoupil Váš produkt?

Vnímáte jako své konkurenty kamenné obchody/supermarkety?

Máte ve svém regionu nějakého velkého konkurenta?

Máte na těchto trzích konkurenta se stejným/podobným sortimentem? Pokud ano. Bojujete mezi sebou nějakým způsobem? Cenově, kvantitativně, kvalitativně?

Prodáváte své zboží i jinde než na farmářských trzích?

Obměňujete někdy svůj sortiment?

Plánujete do budoucnosti rozšíření Vašeho sortimentu?

Jak často měníte výši ceny? A v důsledku čeho?

Máte i jiný příjem než z prodeje Vašich výrobků?

Pobíráte nějaké dotace?

Jste někde zaměstnán na plný úvazek?

Pomáhá Vám někdo s farmařením? Máte nějaké zaměstnance?

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Jaký je Váš názor na farmářské trhy a jejich budoucnost?

(Vlastní zpracování, 2013)

ABSTRAKT

HIKISCHOVÁ, L. *Přímý prodej zemědělských produktů a farmářské trhy v ČR pohledem producentů a prodejců*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 73 s. 2013

Klíčová slova: zemědělství, prodej ze dvora, bedýnkový prodej, farmářské trhy, farmářské prodejny

Tato bakalářská práce je zaměřena na přímý prodej zemědělských produktů a farmářské trhy v České republice pohledem producentů a prodejců. V první části se nacházejí informace o zemědělství v České republice a v Plzeňském kraji. V následující části jsou popsány jednotlivé formy přímého prodeje, které používají zemědělci k prodeji svých produktů. Detailně je popsán prodej ze dvora, prodej prostřednictvím bedýnek, prodej na farmářských trzích a ve farmářských prodejnách. U jednotlivých forem prodeje jsou popsány jejich výhody a nevýhody. Další část se zabývá příklady konkrétních producentů, kteří se orientují na přímý prodej zemědělských produktů. Shrnutí informací o farmářích je zpracováno do SWOT analýzy. V poslední části jsou navržena opatření podporující přímý prodej zemědělských produktů a rozvoj farmářských trhů. Tyto opatření reagují na problémy zjištěné z vlastního šetření na farmářských trzích a z rozhovorů s producenty.

ABSTRACT

HIKISCHOVÁ, L. *Direct sale of agricultural products and farmers' markets in the Czech Republic from the point of view of producers and retailers*. Bachelor thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia in Pilsen, 73 s., 2013

Key words: agriculture, yard sale, box sale, farmers' markets, farm shops

This bachelor thesis focuses on the direct sale of agricultural products and farmers' markets in the Czech Republic from the point of view of producers and retailers. The first part contains information about agriculture in the Czech Republic and Pilsen region. The following section describes various forms of direct sale which are used by farmers to sell their products. Detailed descriptions are used for yard sale, box sale, selling at farmers' markets and farm shops. The advantages and disadvantages of each of these particular forms are included as well. The next part deals with the examples of specific producers who focus on direct sales of agricultural products. The summary of information about farmers is written in the form of SWOT analysis. The last part of the thesis suggests several measures to support direct sales of agricultural products and the development of farmers' markets. These measures respond to the problems which were found out by means of my own research at farmers' markets and from the interviews with producers.