

Návrh projektu podpory prodeje regionálních produktů ekologického zemědělství na území MAS Horní Pomoraví

Karolína Raczková

Bakalářská práce
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Karolína Raczková**
Osobní číslo: **M18447**
Studijní program: **B6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Návrh projektu podpory prodeje regionálních produktů ekologického zemědělství na území místní akční skupiny Horní Pomoraví**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Definujte přístupy k rozvoji ekologického zemědělství a podpoře prodeje regionálních produktů.

II. Praktická část

- Představte současný stav ekologického zemědělství a maloobchodní sítě regionálních produktů na území místní akční skupiny Horní Pomoraví.
- Proveďte analýzu krátkých dodavatelských řetězců a trhu regionálních produktů ekologického zemědělství na území místní akční skupiny Horní Pomoraví.
- Vypracujte návrh projektu podpory prodeje regionálních produktů ekologického zemědělství na území místní akční skupiny Horní Pomoraví.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40 stran
Forma zpracování bakalářské práce: Tištěná/elektronická

Seznam doporučené literatury:

- ČADILOVÁ, Kateřina. *Regionální značení napříč Evropou*. 1.vyd. Praha: Asociace regionálních značek, 2011, 152 s. ISBN 978-80-254-9506-3.
- DABBERT, Stephan, Anna Maria HARING a Raffaele ZANOLI. *Organic farming: Policies and prospects*. 1st ed. London: Zed books, 2013, 192 s. ISBN 978-18-4813-746-2.
- DUŠEK, Jiří. *Udržitelný rozvoj v kontextu rozvoje regionů, obcí a států*. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2014, 228 s. ISBN 978-80-87472-71-2.
- LONG, Lucy M. *Culinary tourism*. 2nd ed. Lexington, KY: University Press of Kentucky, 2013, 320 s. ISBN 978-08-1314-378-1.
- PRAJAPATI, Hari Ram. *Organic Farming: Economics, Policy and Practices*. 1st ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2020, 288 s. ISBN 978-93-5388-240-2.

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání bakalářské práce: 15. ledna 2021
Termín odevzdání bakalářské práce: 18. května 2021

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití, jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 11.6.2021
Jméno a příjmení: Karolína Raczková

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Bakalářská práce se byla vypracována s ohledem na aktuální dění v oblasti ekologického zemědělství a regionální produkce biovýrobků. Cílem této práce je vypracovat návrh projektu na podporu prodeje regionálních produktů ekologického zemědělství na území MAS Horní Pomoraví. Návrh projektu vychází z provedené analýzy, jejíž součástí jsou řízené strukturované rozhovory s jednotlivými respondenty z oblasti regionální ekologické produkce. Cílem navrhovaného projektu je přispět k podpoře prodeje regionálních výrobků, pocházejících z ekologického režimu na území MAS Horní Pomoraví. Tímto se zvýší povědomí široké veřejnosti o těchto produktech a dalších provázaných oblastech.

Rozvoj regionální produkce ekologického zemědělství přispívá ke zlepšení současného konzumního stylu života obyvatel, směřuje k udržitelnému rozvoji společnosti a přináší celou řadu dalších výhod pro všechny zúčastněné subjekty, tedy pro výrobce, distributory i spotřebitele.

Klíčová slova: ekologické zemědělství, projekt na podporu prodeje, regionální produkty, produkty ekologického zemědělství.

ABSTRACT

The bachelor's thesis was prepared with regard to current events in the field of organic farming and regional production of organic products. The aim of this work is to develop a project proposal to support the sale of regional products of organic farming in the LAG Horní Pomoraví. The aim of the proposed project is to contribute to the support of the sale of regional products originating from the ecological regime in the territory of LAG Horní Pomoraví. This will increase the general public's awareness of these products and other related areas. The development of regional production of organic farming contributes to the improvement of the current consumer lifestyle of the population, leads to the sustainable development of society and brings a number of other benefits for all stakeholders, ie producers, distributors and consumers.

Keywords: organic farming, sales promotion project, regional products organic farming products

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala panu RNDr. Pavlu Bednářovi, Ph.D., za přínosné rady a informace, které významně přispěly k vypracování bakalářské práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	12
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	13
I TEORETICKÁ ČÁST	14
1.1 VZNIK EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ A JEHO VÝZNAM.....	15
1.2 VÝVOJ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ VE SVĚTĚ A V EU.....	17
1.3 HISTORIE ROZVOJE EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE	18
1.4 ZÁKLADNÍ POJMY EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ	19
1.4.1 Biopotraviny.....	19
1.4.2 Bioprodukty.....	20
1.4.3 Kontrola bioprodukce na území České republiky	21
1.4.4 KEZ, o.p.s.	21
1.4.5 Biokont CZ, s.r.o.....	21
1.4.6 ABCERT.....	22
1.4.7 BUREAU VERITAS CERTIFICATION CZ, s.r.o.	22
1.4.8 Označování biopotravin	23
1.4.9 Označování bioproduktů	23
1.5 TRH S BIOPOTRAVINAMI A JEJICH CENA.....	24
2 REGIONÁLNÍ PRODUKTY	25
2.1 VYMEZENÍ POJMU REGIONÁLNÍ PRODUKT.....	25
2.2 ZNAČKA „REGIONÁLNÍ PRODUKT“	25
2.3 ZNAČKA „REGIONÁLNÍ POTRAVINA“	26
2.4 DRUHY REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ V KONTEXTU JEDNOTLIVÝCH OBLASTÍ v ČR	27
2.4.1 Regiony a jejich specifika	27
2.4.2 Asociace regionálních značek	27
2.4.3 Vývoj regionálního značení	28
2.4.4 Jaké regionální výrobky jsou označovány	29
2.4.5 Cíl značení.....	29
3 PODPORA PRODEJE REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ	31
3.1 PRŮBĚH POSKYTNUTÝCH PODPOR ZE STRANY STÁTU V EKOLOGICKÉM ZEMĚDĚLSTVÍ	31
3.1.1 Význam podpory prodeje	32
3.1.2 Nástroje podpory prodeje a zacílení.....	32
3.1.3 Podpora prodeje ve vztahu ke zprostředkovatelům	33
3.1.4 Podpora prodeje ve vztahu ke spotřebitelům	33
3.1.5 Podpora prodeje v maloobchodě	33
3.1.6 Podpora prodeje na území MAS Horní Pomoraví	34
3.1.7 JESENÍKY originální produkt	34
3.1.8 Místní akční skupina MAS Horní Pomoraví.....	35

II PRAKTICKÁ ČÁST.....	36
4 ANALÝZA EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ A MALOOBCHODNÍCH SÍTÍ REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ NA ÚZEMÍ MAS HORNÍ POMORAVÍ.....	37
4.1.1 Specifikace okresu Šumperk	37
4.2 PRO-BIO, S.R.O	38
4.3 STATEK WINTER V.O.S	41
4.4 EKOFARMA SKŘIVÁNEK	43
4.5 AGRODRUŽSTVO ZÁBŘEH	44
4.6 FARMA DROZDOV	44
4.7 FARMA JANDRT, S.R.O.....	45
4.8 AGRISEN, S.R.O	45
5 ANALÝZA KRÁTKÝCH DODAVATELSKÝCH ŘETĚZCŮ A TRHU REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ NA ÚZEMÍ MAS HORNÍ POMORAVÍ	47
5.1.1 Ekofarma Skřivánek	47
5.1.2 Farma Jandrt, s.r.o	48
5.1.3 Farma Drozdov.....	48
5.1.4 Agrodružstvo Zábřeh	49
Shrnutí analýzy	50
6 NÁVRH PROJEKTU PODPORY PRODEJE REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ NA ÚZEMÍ MAS HORNÍ POMORAVÍ.....	51
6.1 NÁZEV PROJEKTU:	51
6.1.1 Identifikace žadatele.....	51
6.1.2 Popis projektu.....	51
6.1.3 Popis současného stavu	52
6.1.4 Výsledek projektu	52
6.1.5 Nová pracovní místa	53
6.1.6 Harmonogram projektu	53
6.1.7 Zakázky	53
6.1.8 Struktura financování projektu.....	54
6.1.9 Preferenční kritéria pro výběr projektu	55
6.1.10 Doplnující údaje o žadateli.....	55
6.1.11 Čestné prohlášení žadatele- právnické osoby při podání Žádosti o dotaci z Programu rozvoje venkova ČR.....	56
ZÁVĚR	57
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	58
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	62
SEZNAM OBRÁZKŮ	63
SEZNAM TABULEK.....	64
SEZNAM PŘÍLOH.....	65

PŘÍLOHA P I. UKÁZKA OTÁZEK Z POHOVORU S ING. HANOU OLEJNÍKOVOU	66
PŘÍLOHA P II: UKÁZKA OTÁZEK Z POHOVORU S ING. MARTINEM HUTAŘEM	67
PŘÍLOHA P III: UKÁZKA OTÁZEK Z POHOVORU S ING. FRANTIŠKEM WINTEREM.....	68
PŘÍLOHA P VI: MAPA REGIONŮ ČESKÉ REPUBLIKY	69
PŘÍLOHA V.: MAPA ÚZEMÍ MAS HORNÍ POMORAVÍ.....	70

ÚVOD

Dnešní společnost stále více diskutuje o zdravém životním stylu a celkově se snaží vnímat i produkty, které pocházejí z ekologického zemědělství. Lidé, kteří se chtějí věnovat zdravému pohledu na život a pečovat o své zdraví, by měli věnovat pozornost i svému stravování, a proto by se měli orientovat na zdravou výživu. Lidé se začínají zajímat nejen o kvalitu produktů, nýbrž také o jejich původ. S tímto původem je spojená regionální produkce, které je přikládána stále větší důležitost.

Území, které se spadá pod MAS Horní Pomoraví má velmi bohaté přírodní předpoklady, horské vrchoviny a květnaté louky přispívají, k vývoji ekologického zemědělství. Nabízené služby a zážitky, lákají turisty ze všech zákoutí České republiky, tímto cestovní ruch přispívá k rozvoji této oblasti.

V bakalářské práci se zabývám podporou prodeje regionálních produktů pocházejících z ekologického zemědělství, kdy je cílem zvýšit povědomí občanů na území MAS Horní Pomoraví o existenci regionálních produktů ekologického zemědělství. Cílem práce je představit možnost podpory regionálních produktů ekologického zemědělství, na základě vypracovaného návrhu konkrétního projektu.

Bakalářská část se skládá z teoretické a praktické části. V teoretické části popisují základní přístupy ekologického zemědělství, jeho význam pro společnost, ale i vývoj ekologického zemědělství. Dále se zabývám biopotravinami a bioprodukty, které jsou produkovány bez pomoci chemických látek. Ekologické zemědělství je šetrné k životnímu prostředí a ke svým produktům. Práce také pojednává o kvalitě biopotravin, jejich kontrole a výrobě. Uvádím též kontrolní organizace na území České republiky, jejichž náplní práce je certifikace biovýrobků.

V následujících kapitolách vymezují problematiku regionálních produktů ekologického zemědělství.

Praktická část je zaměřena na analýzu ekologického zemědělství a maloobchodních sítí na území MAS Horní Pomoraví. Dále jsou rozpracovány jednotlivé ekologické subjekty, jež jsou zároveň producenti regionálních produktů ekologického zemědělství. V praktické části jsou uvedeny i rozhovory s jednotlivými respondenty, kteří se orientují v této problematice. V poslední části praktické části je navržen projekt na podporu prodeje regionálních produktů ekologického zemědělství na území MAS Horní Pomoraví. Projekt přesně respektuje jednotlivé položky, které se nacházejí v reálné projektové žádosti, které byly vyplněné v Portálu Farmáře.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Práce pojednává o aktuálním tématu regionálních produktů, s důrazem na možnosti podpory regionálních produktů ekologického zemědělství na území MAS Horní Pomoraví. Hlavním cílem je zjištění současného stavu ekologického zemědělství a regionálních produktů a vypracování návrhu projektu, který by přispěl k podpoře prodeje v lokalitě MAS Horní Pomoraví.

Cílem je v rámci projektu propojit různé ekologické subjekty, které se zabývají touto problematikou, neboť spolupráce těchto subjektů je žádoucí.

Teoretická část je zpracována formou literárních rešerší, v nichž jsou využity literární ale také internetové zdroje, které poskytují teoretická východiska pro praktickou část práce.

Nedílnou součástí praktické části byl sběr dat, jež probíhal formou částečně strukturovaných řízených rozhovorů se subjekty působícími v regionální produkci ekologického zemědělství. Dále sběr dat probíhal prostřednictvím získávání informací z internetových stránek jednotlivých subjektů nebo formou osobních konzultací přímo s producenty uvedenými v praktické části.

Kvalitativní metodou sběru dat je rozhovor s regionální koordinátorkou MAS Horní Pomoraví Ing. Hanou Olejníkovou, ředitelem firmy PRO-BIO, s.r.o., Ing. Martinem Hutařem a majitelem firmy Statek Winter v.o.s., Ing. Františkem Winterem. Forma, která byla zvolena při rozhovorech byla zvolena forma dotazován. Počet dotazování na dotyčné respondenty se pohybovaly v rozmezí 3 až 6 otázek.

Na základě strukturovaných rozhovorů byla zjištěna data, která dopomohla k identifikaci problémů a potřeb spojených s regionální produkcí ekologického zemědělství. Získaná data byla využita k tomu, aby byl vytvořen návrh projektu na podporu prodeje regionálních produktů ekologického zemědělství, což je stěžejní část práce.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ÚVOD DO EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ

Ekologické zemědělství je alternativní metoda, která se vyvinula z tradičních forem zemědělství (Prajapati, 2020).

Ekozemědělství je jak v Evropě, tak i u nás v České republice metodou, která je důvěryhodná a uznávaná, zároveň je i právně ošetřena, tedy udána zákonem. S tím je spojen fakt, že jedině ekologický zemědělec je kompetentní označit své produkty BIO nebo EKO. Je dobré dodat, že tito zemědělci propagují šetrné hospodářství, avšak za využití veřejných dotací. Ekonomové a politici uznávají tento způsob hospodaření společně s vědci. S pojmem setrvalého zemědělství se pojí udržení kulturní krajiny a větší koncentrace osídlení na venkově. Takovéto smýšlení je docela nové, jelikož ne vždycky tomu tak bylo. Podnikatelé, kteří se zabývají ekologickým zemědělstvím, se museli velice angažovat a usilovat o své místo, za spolupráce spotřebitelů, kteří sympatizovali s těmito ekozemědělci (Šarpatka, 2006).

1.1 Vznik ekologického zemědělství a jeho význam

Před rokem 1990 se označovalo ekologické zemědělství jako „alternativní či organické“. V minulém století se snesla vlna kritiky na tehdejší zprůmyslněné zemědělství, které postupem času devastovalo přírodu a bylo poukázáno na špatné zacházení se zvířaty. Jako zmínku je také dobré uvést, že se výrazně snižovala kvalita některých potravin. Takto zapříčiněné zemědělství ohrožovalo i životní jistoty rolníků a podílelo se na celkovém ohrožení zdraví celé populace. Začátek 20. století s sebou přinesl změny spojené s tradičním zemědělstvím. Stále více lidí se stěhovalo z venkova do měst, aby podpořili rozvoj průmyslu. Inovace, která byla doprovázena vědou a technikou, zajistila pokrok v oblasti zemědělství. To zapříčinilo obrovskou produktivitu, samozásobitelská funkce se změnila na roli dodavatele potravin. Ovšem později se ukázalo, že to platilo pouze pro potravinářský průmysl a také pro obyvatele měst, kteří pracují v průmyslu, nebo se nějakým způsobem zapojují ve službách. I přes zmíněné pokroky začínají být viditelné některé negativní dopady zemědělství, které jsou již spojeny s první světovou válkou, např. používání velké techniky, těžkých strojů či minerálních hnojiv. Tento dlouhodobě používaný způsob obdělávání půdy zapříčinil snížení kvality půdy, zejména utužení a eroze. Také byly zaznamenány problémy s plodností hospodářských zvířat (Šarpatka, 2006).

Klíčovou myšlenkou ekologického zemědělství je selektivně využívat moderní technologie a vyhnout se prvkům, které jsou ze své podstaty rizikové, nebo poškozují životní prostředí (Dabbert, Haring a Zanoli, 2013).

Industrializace zemědělství jako takového se více začala objevovat až po druhé světové válce, konkrétně v padesátých a šedesátých letech dvacátého století. Hlavní pohnutkou této změny byl výrazný úbytek až nedostatek potravin ve válce. Po skončení války některé státy usilovaly o soběstačnost ve výrobě potravin. Státy, které se nacházely na území západní Evropy, označily toto období za „Zelenou revoluci“, u nás v České republice spíše „socializace zemědělství“. O lidech, kteří již na začátku sympatizovali s myšlenkou ekologického zemědělství, můžeme říct, že to byli altruisté, uvědomující si negativní vývoj tehdejšího zemědělství. Velkou obavu představoval „DDT“, který s sebou nesl řadu problémů, i když někteří odborníci byli přesvědčeni, že tento insekticid je neškodný. Proto se snaží ekologické zemědělství hospodařit vědomě a hlavně alternativně. V mnoha případech šlo o lidi, kteří chtěli hospodařit jednoduchým způsobem. V šedesátých letech dvacátého století to byli nadšenci z velkých měst z Anglie, Francie či Německa. Jinde, například v Nizozemsku, zaváděli soukromé farmy, ale i různé společnosti. Po nějakém čase se k těmto nadšencům a k jejich myšlence, jak hospodařit, přidávali postupně veřejné a známé osobnosti, ale dokonce i vědci. Díky iniciativě spotřebitelů jsou vytvářena nová soukromá stanoviště, určená především pro výzkum, a to v Německu, Švýcarsku, Anglii. Přechod na ekologické zemědělství zapříčinily ekonomické důvody společně s ideály. Svoji roli zde hrály i tradiční zemědělské rodiny (Šarpatka, 2006).

Zemědělci, kteří jako první pochopili myšlenku být „ekozemědělci“, se nespolehali na podporu ze strany státu, ale sami se dobrovolně nabídli, že opustí staré industriální postupy. V praxi potvrdili a dokázali, že tento nový způsob hospodaření je účinný a ukázal se jako potřebný k životu. Zvýšený důraz kladli na výběr spotřebitelů, kteří přistoupí na vyšší cenu, co se týče biopotravin a případně jsou ochotni si pro výrobky přijet. Ekozemědělci vymysleli a zavedli systém dobrovolné kontroly a certifikace ekofarem. Hlavní myšlenkou ekologického zemědělství je úspornější hospodaření, které je v souladu s přírodou a dbá na co nejmenší závislost na vnějších vstupech. Ideálem by byl smíšený, systémově uzavřený podnik, s podmíněnými vazbami na rostlinné a živočišné produkce s ornou půdou. Uznání a pokrok v ekologickém zemědělství způsobila také nadměrná produkce potravin v USA a v Evropě. To jsou hlavní důvody, proč nynější zemědělci mění svůj způsob hospodaření na ekologický. S ekonomickými důvody je spojena rostoucí

poptávka po bioproduktech. Významnou roli zde hrají také dotace, které se odvíjí od pochopení a uznání základních principů ekozemědělství. Největší boom nastal v devadesátých letech dvacátého století, kdy došlo k nárůstu orných ploch a rozvoji trhu s bioprodukty (Šarpatka, 2006).

Šarpatka (2006) uvádí jako primární důvody pro ekozemědělství v České republice konverzi zemědělců a dotace. V horských oblastech se více objevují farmy zaměřené na chov skotu a obdělávání krajiny. Více vyspělé země EU také podporují přímý prodej, který je však spojený s vyšší cenou za bioprodukt. Díky tomu roste šance, že přežijí i malé rodinné farmy. Ekologické zemědělství je složitým oborem, který lze dobře vést jen s pomocí vzdělaných a schopných hospodářů. Klíčem k úspěchu je vlastní iniciativa a zájem o věc, což se týká všech, kdo pracují v zemědělském podniku.

1.2 Vývoj ekologického zemědělství ve světě a v EU

V Evropské unii během minulých deseti let vzrostl zájem o ekologické zemědělství a také vzrostl počet zemědělců, kteří přeformovali svou výrobu na biovýrobu. Spotřebitelé začali reagovat velmi pozitivně. To se odráželo na poptávce po biopotravinách a na celkové problematice s tím spojené. V EU vytváří ekologické zemědělství téměř 2% hodnoty celkové zemědělské výroby. Podíl biovýrobků na celkovém prodeji potravin se odhaduje okolo 2 %. Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj uvedla, že produkce na počátku 21. století byla odhadována na téměř 26 miliard dolarů ročně v celém světě. Z toho byla odhadnuta 1 miliarda dolarů ve Spojených státech amerických, v Asii se tato hodnota pohybovala okolo 400-450 milionů dolarů. V Oceánii a Jižní Americe se tyto trhy rozvíjely pomaleji. Jednalo se o malé trhy s bioprodukty, jejichž hodnota se pohybovala okolo 100 milionů dolarů. Sektor v zemědělství, který se vyvíjí nejrychleji a nejefektivněji, je obecně přisuzován bioprodukcí. Tento rostoucí sektor přispívá s meziročním přírůstkem 15-30 %, i když tato základna je velmi nízká (Moudrý, 2005).

V Evropě hospodaří ekologickou formou celkem 350 tisíc farem, které se rozprostírají na celkové výměře 12,7 mil. hektarů. Tato výměra představuje téměř čtvrtinu ekologicky obhospodařovaných ploch světa. Evropa je po Oceánii druhým kontinentem, který má největší výměru půdy, co se týče ekologického zemědělství. Na území Evropy se nachází téměř čtvrtina ekologicky obhospodařovaných ploch a jejich výměra každoročně rapidně narůstá. Za poslední desetiletí tato výměra vzrostla skoro dvojnásobně. V Evropě se snaží hospodařit okolo 14 % ekofarem světa. Přes 80 % a z celkových 2,4 milionů ekofarem se

nachází především na území Asie, Afriky a Jižní Ameriky. Z evropských států si největší počet ekofarem připisuje Turecko, kde je jich okolo 70 tisíc. Dále je to Itálie s cca 50 tisíci a Španělsko s cca 35 tisíci ekofarem. Největší vlastníky půdy s ekologickým zemědělstvím najdeme ve Španělsku (1,97 mil. ha), dále v Itálii (1,49 mil. ha), ve Francii (1,38 mil. ha) a v Německu (1,09 mil. ha). Společně tyto země tvoří více než polovinu ekologicky obhospodařované půdy celé Evropy. Porovnáme-li to s Českou republikou, tak na jejím území se nachází okolo 500 tis. hektarů půdy s ekologickým zemědělstvím, čímž se dostává mezi první desítky evropských zemí s největší výměrou ploch ekozemědělství. Jiné pořadí vznikne, seřadíme-li země podle podílu ekologického zemědělství na celkové výměře zemědělské plochy. Více než 10% podílu dosahuje téměř devět zemí Evropy, mezi tyto státy spadá i Česká republika. S podílem nad 30 % půdy v ekologickém zemědělství je nejvíce v popředí Lichtenštejnsko a za ním následuje Rakousko. Rok 2015 přinesl nárůst ekologických ploch v Evropě, a to okolo 8,2%. Tento nárůst je jedním z největších za posledních pět let. Nejvyšší nárůst, cca 60 %, zaznamenalo Srbsko, Bulharsko a také Ruská federace. Jednoznačně nejvyšší nárůst ploch eviduje Španělsko (cca 258 tis. ha), Francie (256 tis. ha) a Ruská federace (139 tis. ha). Tyto země ještě společně s Tureckem, Polskem a Itálií zaznamenaly také největší nárůst ekologických ploch, a to od roku 2007 (Vývoj ekologického zemědělství v Evropě, 2017).

Pozorujeme trendv zrůstu ploch, které vstupují do režimu ekologického zemědělství. Meziroční nárůst, který je datovaný průměrem, byl překonán jen ve Francii, a to s celkovým nárůstem 23 %. Dále se jedná o Španělsko s 15% nárůstem a Lotyšsko se 14% nárůstem. V zemích jako je Rakousko, Německo, Švédsko či Švýcarsko, v posledních letech i Estonsko, Polsko a Česká republika, dochází jen k mírnému nárůstu ploch obhospodařovaných v režimu ekologického zemědělství, a to v průměru okolo 2–3 % (Vývoj ekologického zemědělství v Evropě, 2017).

1.3 Historie rozvoje Ekologického zemědělství v České republice

Podle Šarpatky (2006) se v Československu objevily první zmínky o ekologickém zemědělství už za socialismu, a to v letech 1985-1987. Jednalo se hlavně o jednoduché zprávy, které byly zpracovány jen v odborných časopisech. Mezi veřejnost se tyto zprávy dostávaly jen stěží a měly často negativní zpětné vazby. Spotřebitelé se začali více zajímat o svoje zdraví. Dozvídali se o problémech, týkajících se zdravotního stavu celkové populace lidstva a v porovnání se zeměmi západní Evropy a nezaujatými odborníky byla hlavně kritizována nadměrná spotřeba masa. Lidé se začali celkově zajímat o zdravý

životní styl. Na konci osmdesátých let začaly vycházet různé publikace, propagující právě zdravý životní styl a s tím spojený boj proti různým onemocněním a chorobám. Vznikaly skupiny obyvatelstva, zaměřené například na vegetariánství či na jiné alternativní způsoby zdravého životního stylu. V Praze vznikla skupina „Přátelé přírodní výživy Praha“, která vydávala doporučení a svým členům nabízela chemicky neošetřené potraviny. Tyto potraviny nebyly na trhu volně k sehnání, proto lidé vytvářeli návody, jak si vypěstovat například vlastní nechemizovanou zeleninu. Na tento popud začaly vycházet první sešity o ekozahradě. S pojmem „nechemizovaná zelenina“ se pojí zdravé stravování. Zde najdeme první impuls ekologického pěstování rostlin a ekologického chovu některých zvířat. Tento impuls však nevzešel od zemědělců, ale od spotřebitelů, kteří pobývali ve městech. Před rokem 1989 bylo vyhlášeno tzv. přechodné období ekologického zemědělství, a to ve třech podnicích: v JZD Dubicko (zelinářství Leština), v Nových Losinách v Jeseníkách (dřívější Státní statek Hanušovice) a ve Starém Hrozenkově v Bílých Karpatech. Závod Starý Hrozenkov zůstal dodnes u ekologického zemědělství a pyšní se tak nejstarším ekologickým statkem v České republice.

1.4 Základní pojmy ekologického zemědělství

Ekologické zemědělství a výroba biopotravin se řídí zákonem č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Každý farmář, který chce ekologicky hospodařit, se musí řídit nejen tímto zákonem, ale také dalšími přísnými kritérii. Ekologické zemědělství jde spolu s matkou přírodou a nijak chemicky nezasahuje do krajiny. Ekozemědělci se zříkávají chemických postřiků, hnojí čistě přírodními produkty. Kladou důraz na přirozený způsob chovu zvířat, což znamená, že nepoužívají žádné umělé příkrmy, antibiotika či preventivní léky (Šarpatka, 2006).

1.4.1 Biopotraviny

Jako biopotraviny označujeme potraviny, které jsou vyráběny nebo zpracovány takovým způsobem, aby zůstala zachována jejich přirozenost. Tím se rozumí především zachování chuti a nutričních hodnot. Zároveň je kladen důraz na šetrnost zpracování bez jakýchkoliv umělých přísad, za použití neškodlivých technologií. Biopotraviny jsou ve srovnání s ostatními potravinami na trhu více kontrolovány, dohlíží se na jejich vysokou kvalitu a původ. Smyslem a také myšlenkou biopotravin je to, že mají být více zdravé nejen pro člověka, ale také dbají na šetrný přístup k pěstování rostlin nebo k chovu zvířat. Platí, že jak při produkci, tak při manipulaci s biopotravinami se postupuje čistě přírodní cestou.

Nepoužívají se žádné chemické přípravky nebo prostředky pro genetickou modifikaci. Tím je zachována jistá autentičnost. Ekofarmáři jsou kontrolováni příslušnými akreditovanými organizacemi. Pokud dodrží veškeré zákonné podmínky a další předpisy, mohou si své produkty označit jako BIO

(Biopotraviny - nejbezpečnější a nejvíce kontrolované potraviny, 2017).

1.4.2 Bioprodukty

Podstatou bioproduktu jsou takové suroviny rostlinného nebo živočišného původu, které vznikly za působení ekologického zemědělství. S těmito surovinami i výrobky z nich se nakládá šetrně, v souladu s přírodou. V bioproduktech nenajdete žádné aromatické či konzervační látky, ale také nejsou použita žádná umělá barviva a další cizorodé přídavné látky. Datum spotřeby u těchto bioproduktů je zpravidla kratší, než u jiných průmyslově zpracovaných a umělých potravin (Přírodní bioprodukty, 2021).

Obecné zásady ke zpracování bioproduktů:

- s produkty je nutno nakládat, skladovat a zpracovávat je jen takovými postupy, aby zůstala zachována jejich kvalita,
- musí být eliminována možnost jejich kontaminace látkami, které mohou být nežádoucí,
- při výrobě a distribuci biopotravin musí být prokázána jejich pravost, a tím vyloučena možnost záměny za tzv. konvenční potraviny,
- je nemyslitelné, přímo zakázané se zabírat těmito výrobními postupy: bělení, výměna iontů, hydrogenace, jakékoliv ozařování a mikrovlnný ohřev, nelze použít chemikálie při jejich manipulaci či nakládání, uzení apod.,
- veškeré výrobní procesy a receptury jsou kontrolovány, látky, které jsou povolené nebo pomocné zejména pro konzervaci výrobku, jsou přesně určeny,
- na kvalitě a chuti bioproduktu se podílí zejména čerstvé biosuroviny, které jsou oprostěny od sladidel a různých syntetických vitamínů neznámého původu. (Červenka, 2005)

Právní předpisy, které zcela popisují znění biopotravin:

Zákon č.110/97 Sb., ve znění zákona č.119/2000 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. S tímto zákonem je úzce spjata vyhláška 91/1999 Sb., kterou se mění vyhláška č.249/1997 Sb., o mikrobiologických požadavcích na potraviny (jakým způsobem je

prováděna jejich kontrola a hodnocení). Vyhláška č.292/1997Sb., o požadavcích na zdravotní nezávadnost balených vod, která určuje chemické požadavky a zdravotní nezávadnost různých potravin(Červenka, 2005).

Z výše uvedeného je patrné, že biopotraviny musí ve srovnání s běžnými konvenčními potravinami splňovat určité parametry a nezbytnosti. Také jejich produkce musí probíhat za přísně kontrolovaných požadavků a podmínek. Zákon zcela zakazuje mít preferenci u bioproduktů vyšší kvality, ale pokud jsou do toho zařazeny způsoby produkce, je zcela patrné a jasné, že aspekt vyšší kvality lze předpokládat u těchto bioproduktů (Červenka, 2005).

1.4.3 Kontrola bioprodukce na území České republiky

Kontrolu bioprodukce zajišťují čtyři pověřené soukromé certifikační organizace v České republice. Tyto kontrolní orgány jednají na základě veřejnoprávní smlouvy s Ministerstvem zemědělství. Kontrola síti, které se zaměřují na kontrolu bioprodukce jsou velice efektivní a dosahují vysoké úrovně, lze je řadit mezi nejúčinnější v Evropě(Kontrolní systém ekologického zemědělství, 2021).

1.4.4 KEZ, o.p.s.

První kontrolní akreditovaná a certifikační organizace, která poskytuje velmi odbornou, a hlavně nezávislou kontrolu a zvláště certifikaci v systému ekologického zemědělství. Organizace vznikla v roce 1999 a to založením Svazu producentů a zpracovatelů biopotravin PRO-BIO, Nadačním fondem pro ekologické zemědělství FOA a Spolkem poradců ekologického zemědělství EPOS, jako společnost, která má být prospěšná a zaručí garanci ekologického původu ve všech směrech BIO výroby. KEZ o.p.s. je nezisková organizace s mimořádnými standardy kvality, které se týkají služeb, jež nabízejí (Kdo jsme, 2009).

1.4.5 Biokont CZ, s.r.o.

Biokont CZ, s.r.o. je další česká organizace, která byla založena v roce 2005 za účelem kontroly. Pověření je přiděleno Ministerstvu zemědělství České republiky a Ústřednímu kontrolnímu a skúšobnému ústavu poľnohospodárskému Bratislava (ÚKSÚP). Společnost Biokont CZ, s.r.o je v registraci v Official Journal of the European Union v Bruselu a má přístup do centrálních evidencí. Má významnou a hlavní činnost inspekce ekologického zemědělství, dále také zahrnuje i výrobce a obchodníky s BIO. V roce 2015 je společnost

Biokont CZ, s. r. o. zmocněna provádět formu kontroly (inspekce) a certifikování podle určitých standardů BIO SUISSE. Oprávněnost vzniká také na certifikaci biokosmetiky a přírodní kosmetiky. Kód, který se vyznačuje tím, že je mezinárodní, platí pro Českou republiku CZ-BIO-003; a pro Slovenskou republiku platí SK-BIO-003. Ochranná známka „Biokont“ je zaregistrována a její platnost působí na celém území EU. Každý rok firma pořádá bezplatně bez předchozí registrace školení a semináře pro podnikatele, kteří se pohybují v ekologickém zemědělství. Tato společnost nese zásluhu tím, že se zajímá o malé farmáře i velké podniky (O společnosti Biokont, 2019).

1.4.6 ABCERT

Společnost ABCERT vznikla ve střední Evropě a její kolébkou se stalo Německo. Tato společnost byla v Německu jako jedna z prvních organizací, které se zabývaly kontrolou ekologického hospodaření a bioprodukce. Jako jeden z certifikačních orgánů je firma ABCERT vhodným a inovačním favoritem, který se snaží svým konečným spotřebitelům zajistit nezávislé a odpovědné služby. Německo eviduje v ekologickém zemědělství více než 15 000 zákazníků s certifikací přidělenou společností ABCERT a dalšími certifikačními subjekty. ABCERT působí také v Itálii a od roku 2006 rozšířil svoji pobočku i v České republice. Českým zákazníkům může nabídnout rychlou a účinnou pomoc a také flexibilitu. Akreditace podle zvláštních norem EN 17065- jedná se o požadavky na certifikační orgány a tímto garantuje objektivitu certifikace ABCERT a neutralitu (ABCERT se představuje, 2012).

1.4.7 BUREAU VERITAS CERTIFICATION CZ, s.r.o.

Historie organizace sahá až do roku 1828, prvotní myšlenkou bylo založit informační kancelář, která by se orientovala v oblasti námořního pojištění. Tamější sídlo bylo v Belgii, později své sídlo přestěhovali do Paříže, kde v roce 1830 byla zřízena pobočka. Činností a posláním založené informační kanceláře bylo poskytovat aktualizované informace o stavu lodí a jejich zařízení. Společnosti se dařilo a rozšířila své oblasti podnikání, například do „kontroly materiálů“, v oblasti železa a oceli. V roce 1922, francouzská vláda nechala pověřit společnost Bureau Veritas prováděním oficiálních kontrol civilních letadel. V následujících letech v roce 1927, vytvořila společnost službu pro provádění kontrol autobusů a nákladních vozidel. Česká pobočka Bureau Veritas funguje a pomáhá svým klientům již 100 let. Nejčastěji pomáhá tato firma splnit a zajistit požadavky

mezinárodních norem, směrnic a stále měnících se právních požadavků (Historie Společnosti Bureau Veritas, 2021).

1.4.8 Označování biopotravin

Označení produktů ekologického zemědělství vymezuje nařízení Rady (ES) č. 834/2007. Povinnost používání loga EU (motiv listu s evropskými hvězdami). Pro ekologickou produkci na zabalených potravinách nabylo platnosti od 1.7.2010 (nařízení Komise EU č.271/2010). Je povinnost označit na obalu místo, kde byly vyprodukovány zemědělské suroviny, ze kterých potravina vychází. Pro biopotraviny dovezené do EU ze třetích zemí je použití evropského loga dobrovolné. Podle zákona č.242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství je zřejmé, že pro výrobce je stále nutnost značit biopotraviny národním logem BIO, biozebra (Biopotraviny (BIO), 2021).



Obrázek 1 Grafický znak bioproduktů a biopotravin

Zdroj: (Grafický znak BIO, 2006)

1.4.9 Označování bioproduktů

Vybraná potravina, která je označena slovem BIO, nebo jiným odkazem na postupy produkce v ekologickém zemědělství, také musí mít na obalu kód organizace, která zkontroluje, jestli výrobek opravdu zahrnuje a splňuje zákonné podmínky pro bioprodukty. Takto lze označit jen rostlinný nebo živočišný produkt, na který daný kontrolní orgán osvědčil původ bioproduktu. Pomocí kódu si lze na jednotlivých stránkách různých kontrolních organizací vyhledat, jestli výrobek byl schválen kontrolou (Biopotraviny (BIO), 2021).

V České republice provádí kontrolu nad biopotravinami čtyři soukromé kontrolní subjekty, kterým Ministerstvo zemědělství s účinností od 1. 7. 2010 přidělilo nové kódy.

Například KEZ, o.p.s., kód na obalu: CZ-BIO-001(Biopotraviny (BIO), 2021).

1.5 Trh s biopotravinami a jejich cena

Postupem času nastal v České republice trend, který má víceméně kopírovat „žítí zdravého životního stylu“ a s tím jsou neodmyslitelně spojené právě biopotraviny, bioprodukty. Pokud se zaměříme na dnešní dobu, tak tyto biopotraviny koupíme patřičně levněji, než tomu bylo před několika lety. Biopotraviny a věci spojené s BIO jsou stále více konzultovaným tématem, můžeme vnímat reklamy a billboardy s BIO, i v obchodech jsou vymezená místa se sekcí BIO. Proto je tohle téma velice diskutované a lidem se dostává čím dál více do podvědomí. Ceny biopotravin můžeme porovnat s cenami obyčejných výrobků. V dnešní době je opravdu mnoho míst, kde sehnat biopotraviny, nejvíce se s nimi však setkáváme v maloobchodních řetězcích, které tyto BIO výrobky nabízejí. Rozdíl mezi cenami za klasické potraviny a biopotraviny v maloobchodních řetězcích není až tak výrazný jako v minulých letech, kdy byly ceny o poznání vyšší. Je to dáno také tím, že nyní se lidé

o biovýrobky více zajímají. Mnoho potravinových řetězců má v nabídce bioprodukty pod svou privátní značkou BIO. Jednu z největších nabídek v sekci BIO má hypermarket Tesco, značka Tesco Organic. Z dalších řetězců můžeme jmenovat Albert Bio, Drogerie Rossmann, DM drogerie, nebo také řetězec Billa(Biopotraviny: kolik stojí a kde je nakupovat, 2009).

Bioprodukty jsou o 20 až 40% dražší než běžné potraviny a výrobky, a to z důvodu nákladů (menší výnosy a větší podíl ruční práce a také náklady spojené s certifikováním). Lze podotknout, že co se týče ceny biopotravin, tak je to odraz reálné ceny pravých výrobků a potravin, a ne ceny směsi chemických látek, které se snaží napodobit skutečné potraviny. S tímto je spojená i tzv. spravedlivá cena. Tato cena, která je poměrně vyšší, má zahrnovat a zohlednit i ochranu lidského zdraví. Je dobré podporovat biovýrobu, protože tím zároveň přispíváme k udržení dobrého zdraví(Proč kupovat biopotraviny, 2016).

2 REGIONÁLNÍ PRODUKTY

Česká republika má mnoho regionů, každý je specifický něčím jiným a vyznačuje se neopakovatelným charakterem. Bují přírodním bohatstvím, nabízí mnoho kultury a tradice, které jsou spojeny s jeho obyvateli. Regionální produkty mají svůj původ v daných oblastech České republiky a nesou výjimečnou část tohoto charakteru - je do nich zahrnuta práce tamních řemeslníků a zemědělců, kteří do regionálních produktů vkládají i část své duše. Návštěvníkům mohou nabídnout nevšední pohostinnost a zážitky, jenž jsou svým způsobem neopakovatelné (Kažmierski, 2013).

2.1 Vymezení pojmu regionální produkt

Regionální produkt můžeme vnímat jako jeden ze způsobů, jak zaujmout spotřebitele díky určité výjimečnosti výrobků. Důraz je kladen právě na kvalitu výrobků, které specifikují daný region České republiky. Nejčastěji se výrobek označuje jako „regionální potravina“ či jako „regionální produkt“. Z marketingového hlediska jsou oba tyto pojmy velmi významné pro lokální produkci, jelikož kladou důraz na spotřebitelskou veřejnost. Zároveň je to velice atraktivní způsob, jak zviditelnit místní produkty- návaznost na tradice, místní původ a s tím spojený příběh, vysoká kvalita a užitková hodnota (Regionální značky a certifikace, 2021).

2.2 Značka „Regionální produkt“

Jak píše Long (2013), regionální značky, které jsou specifické pro místní produkty, tvoří nástroj pro podporu místní ekonomiky. Označují se takto výrobky spjaté s daným regionem a jeho charakterem. Pro místní ekonomiku jsou regionální produkty velkým přínosem, jelikož stabilizují tržby z místní produkce a zároveň značně přispívají k rozvoji udržitelného cestovního ruchu.

Čadilová (2011) uvádí, že regionální produkty pomáhají turistům orientovat se při nákupu v turistických oblastech.

Zákazník, který si koupí produkt označený regionální značkou, tak má velkou jistotu, že tento produkt splnil jistá kritéria, např. je místního původu, má ověřenou kvalitu, jeho výrobou nebylo poškozeno životní prostředí, a především je to jedinečný produkt. Značení regionálních produktů zajišťuje Asociace regionálních značek (Značka regionální produkt, 2021).

2.3 Značka „Regionální potravina“

Prostřednictvím značky Regionální potravina lze seznámit spotřebitele s regionálními potravinami, které získaly ocenění. Cílem je jednak podpora domácích producentů lokálních potravin, a také motivace zákazníků, aby tyto potraviny vyhledávali v obchodech, na farmářských trzích nebo přímo u výrobců.

Při koupi těchto potravin má zákazník skutečnou záruku, že jde o poctivě vyrobený a vysoce kvalitní výrobek z domácí produkce. Producenti nebo zemědělci, kteří jsou držitelé této značky, jsou každoročně publikováni v aktualizovaném katalogu. V České republice je vyhlašována soutěž o značku Regionální potravina. Touto politikou se snaží Ministerstvo zemědělství ČR přispět k vyváženému rozvoji a hospodářské soudržnosti (Dušek 2014).

Ministerstvo zemědělství tak činí zejména prostřednictvím Státního zemědělského intervenčního fondu, který je jeho primární a resortní organizací. Jedná se tedy o značku, která je podporována a dotována státem. Resort zemědělství zahrnuje tuto značku již třetím rokem do své komunikační kampaně. Vyhlašovatel soutěže znázorňuje a uvádí, že mezi výhody neboli benefity potravin, které byly oceněny touto značkou, patří následující:

- jde o tradiční, kvalitní, a především chutné potraviny, jejichž kvalita je zásadně zaručena,
- je zaručen jasný původ, spotřebitelé tak s jistotou vědí, odkud a od koho si potravinu mohou koupit nebo kupují,
- mají lepší chuť a výživové hodnoty díky tomu, že jsou čerstvější,
- tyto potraviny jsou více ekologické, výrobní řetězec je kratší, snižuje se zátěž na životní prostředí, je kladen důraz na šetrnost při výrobě i distribuci.

Zákazník či spotřebitel nákupem těchto produktů získává záruku kvalitních a chutných potravin. Zároveň tak podporuje zaměstnanost v daném kraji, neboť lokální zemědělci, výrobci i prodejci zaručují udržitelnost i rozšíření pracovních míst v regionu (Kažmierski, 2013).

2.4 Druhy regionálních produktů v kontextu jednotlivých oblastí v ČR

2.4.1 Regiony a jejich specifika

Kažmierski (2013) popisuje, že regiony či oblasti v České republice jsou velice různorodé a je dobré k nim takto přistupovat. Každá oblast dokáže nabídnout něco jiného. Jejich charaktery nelze zaměňovat, jelikož každý region člověka uchvátí svým jedinečným kouzlem. Vedle přírodního bohatství, jako jsou skalní útvary nebo květnaté louky či zachovalost lesních porostů, jsou zde také hodnoty vytvořené člověkem. Zdejší podmínky svým způsobem velice ovlivňují pěstování různých plodin a také druhové zastoupení zvířete, což v minulosti přispělo ke specifickému bohatství jednotlivých regionů. Konkrétní území tak mohlo vytvářet své hodnoty, vtisknout je do krajiny, sídelních útvarů, folklorních zvyků a tradic, i do místních výrobků, které vždy byly odrazem zručnosti místních obyvatel. Regionální výrobky se staly prvotřídní hodnotou, která má za úkol přitáhnout k sobě člověka jako magnet, a tak nalákat spoustu návštěvníků právě do svého regionu.

2.4.2 Asociace regionálních značek

Hlavním cílem regionálního značení je zviditelnění jednotlivých regionů, které jsou tradičně známé zachovalou přírodou, zdravým životním prostředím nebo lidovými tradicemi, ale též zviditelnění nových nebo tzv. zapomenutých oblastí. Regionální značky se snaží přiblížit lidem zajímavé produkty a zážitky, jež daný region nabízí. Do systému Asociace regionálních značek se od roku 2004 zapojilo již 29 regionů, v nichž najdeme 30 značek. Mezi tyto značky patří: Krkonoše, Šumava, Beskydy, Moravský kras, Orlické hory, Moravské Kravařsko, Górolsko Svoboda, Vysočina, Polabí a Podkrkonoší, Haná, Českosaské Švýcarsko, Jeseníky, Prácheňsko, Broumovsko, Kraj blanických rytířů, Železné hory, Moravská brána, Zápazí, Znojensko, Toulava, Opavské Slezsko, Krušnohoří, Kraj Pernštejnů, České středohoří, Poohří, Kutnohorský a Brněnsko. Na Slovensku jsou značky dvě. Jedna je určena tradičním výrobkům a druhá nynějším regionálním produktům (Asociace značení regionální značek, 2021).

V každém regionu vznikla regionální značka, garantující kvalitu výrobků, šetrnost k přírodě, avšak hlavně jejich původ a návaznost na výjimečné území.

V návaznosti na značení různých výrobků v jednotlivých regionech (Šumava, Jeseníky, Prácheňsko, Kraj blanických rytířů, Moravské Kravařsko, Krušnohoří, Moravský kras,

Haná, Opavské Slezsko, Poohří, Beskydy, České středohoří a Kutnohorsko) se značení nejvíce používá i na podporu vybraných ubytovacích, a především stravovacích zařízení. V dalších regionech (v Jeseníkách, na Šumavě, v Moravském krasu, ale také v Českosaském Švýcarsku, v Českém středohoří, Kutnohorsku, Krkonoších a Kraji blanických rytířů) jsou označovány i zážitky. Tento systém regionálního značení služeb a výrobků je uváděn a koordinován na národní úrovni Asociací regionálních značek, z.s. Asociace je svým způsobem sdružením regionů s vlastní značkou, její činnost je výhradně upravena vnitřním řádem a stanovami. Regionální koordinátor je zastoupen v každém regionu a zajišťuje chod a správu dané značky. Dále také komunikuje s místním výrobcem a udržuje kontakt s Asociací. V každém regionu je samostatná a nezávislá certifikační komise, která po splnění jednotlivých kritérií udělí zájemci značku

(Asociace značení regionálních značek, 2021).

V Asociaci značení regionálních značek (2021) se dále dočteme, že značení se nejvíce vyplatí návštěvníkům, kteří daný region navštíví. Dovolí jim objevovat region a plně si užívat jeho atmosféru velice inovativním způsobem, který může být poněkud netradiční. Zároveň je značení přínosné i pro místní obyvatele, kteří při nákupu označených výrobků přímo podpoří zdejší výrobce. Díky značce mohou výrobci získat určité výhody, především jednotnou propagaci svojí produkce, ale hlavně možnost další spolupráce a rozšíření svých obzorů novými kontakty. Systém regionálních značek je přístupný každé oblasti či regionu, který má jasně vymezené hranice. Při vzniku nové značky je třeba určitého iniciátora. Tím může být nějaká místní organizace či instituce, která se na základě shody potenciálních držitelů značky a dalších zapojených subjektů stane regionálním koordinátorem. Mapa, která zobrazuje mapu regionů České republiky lze nalézt v příloze č.4.

2.4.3 Vývoj regionálního značení

Kažmierski (2013) uvádí, že s rokem 2004 lze spojit první iniciativu zaměřenou na značení regionálních výrobků organizace Regionální environmentální centrum Česká republika (od roku 2008 působící pod názvem Apus), v kontextu širšího mezinárodního projektu Natura 2000- Lidé přírodě a příroda lidem. Hlavní myšlenkou a cílem projektu bylo, aby se lidé více zajímali o celoevropskou soustavu chráněných oblastí nebo území Natura 2000. Proto označování regionálních výrobků zapříčinily a byly pro něj vybrány tři pilotní oblasti soustavy Natura 2000, známé díky svému přírodnímu bohatství a zároveň poskytující dostatek tradičních výrobků a služeb.

Během roku 2005 se v některých regionech uskutečnila setkání s místními výrobci a dalšími souvisejícími subjekty. Jednalo se o zástupce krajů, obcí či neziskových organizací, mající za úkol chránit dané území. Na těchto setkáních byla stanovena pravidla pro značení výrobků, a to včetně jejich názvu a podoby samotné značky. V neposlední řadě se řešilo též zajištění místního koordinátora. Koncem roku 2005 byly uděleny první certifikáty v Krkonoších a v Beskydech, dále v roce 2006 na Šumavě. V těchto regionech byly položeny první základy systému regionálního značení, které v drobných odchylných fungují dodnes. Jednoznačným přínosem bylo to, že se podařilo nastavit jednotné hodnocení výrobků, tzv. certifikační pravidla. Tato kritéria rozhodují o udělení regionální značky. Jednotný grafický znak či styl značek i společnou propagaci těchto výrobků lze uvést jako velmi propracovaný systém, který řídí celý proces. Pravidla této certifikace a její principy značení se velmi osvědčily a bylo poté možné je implementovat i v dalších regionech České republiky (Kažmierski, 2013).

2.4.4 Jaké regionální výrobky jsou označovány

Výrobky a produkty, které jsou vhodné pro označení, lze rozdělit do tří skupin:

- umělecká díla a řemeslné výrobky – produkty ze dřeva, ozdoby vyrobené ze slámy, krajky, sklo, keramika, upomínkové předměty, papírové obaly nábytek a další,
- potraviny a zemědělské produkty – maso, zelenina, vejce, pečivo, obiloviny, víno, med, šťávy, mošty apod.,
- přírodní produkty – léčivé byliny a čaje, lesní plody, přírodní produkty pro kosmetické účely, rákos jako stavební materiál, kompost, minerální voda (Kažmierski, 2013).

2.4.5 Cíl značení

Čadilová (2011) považuje za cíl značení rozvoj sociálních, kulturních, environmentálních i ekonomických aspektů v regionu. Podstatou značení je zviditelnění venkovských regionů a jejich místní produkce.

Regionální značka garantuje především původ výrobku z určitého regionu, klade důraz na kvalitu, udržitelnost životního prostředí a jedinečnost ve vztahu k dané oblasti. Jedná se o místní suroviny, duševní práce, motiv se specifikací. Značka je udělována zpravidla pro umělecké nebo řemeslné výrobky, potraviny, ale také pro zemědělské a přírodní produkty. Toto značení se snaží pomoci živnostníkům a malým firmám s propagací jejich výrobků.

S tím je spojený také odbyt produktů. Zvyšuje se prestiž výrobků a dobré jméno regionu v rámci tuzemského i zahraničního trhu. Značka obnovuje a posiluje svým způsobem sounáležitost místního obyvatelstva s daným regionem, snaží se lidi přimět, aby se zapojili do aktuálního dění v regionu. Značka také zprostředkovává nové kontakty (Kažmierski, 2013).

Region je prostřednictvím značky uváděn a prezentován jako celek, čímž dochází k posílení jeho celkového image. Propagace výrobků, která je společná, tak pro výrobce představuje velkou výhodu. Propagace probíhá například formou článků, letáků, tiskových zpráv, katalogů s výrobky apod. (Kažmierski, 2013).

V oblasti značení místních výrobků Kažmierski (2013) dále uvádí, že panuje několik mýtů, které je dobré si objasnit:

- určeno ke „konzervování“ tradice - je pravdou, že většina značek pracuje s tradičními výrobky, ovšem certifikaci mohou získat výrobky bez dlouholeté tradice. Je dobré zmínit, že tyto výrobky vyrábějí místní lidé, kteří využívají místní suroviny. I nové výrobky se za několik desítek let mohou stát tradičními,
- požaduje použití pouze místních surovin, při udělování značky je toto jedno z posuzovaných kritérií, není to ovšem podmínka, výjimkou jsou přírodní produkty,
- musí jít jen o místní podnikatele, pro přidělení značky je podmínkou lokální umístění provozovny neboli podstatné části výroby. Sídlo firmy nehraje příliš důležitou roli, jelikož přeregistrace sídla je velice administrativně zatěžující,
- produkce celé firmy je certifikována. Pokud se jedná o skutečnost, tak označeny jsou pouze a jenom jednotlivé konkrétní výrobky, nebo jejich skupiny.

Značení regionálních produktů nemá žádným způsobem nahrazovat žádné dosud prokázané certifikáty (např. ekologické šetrnosti a kvality), jeho hlavním myšlenkou je garance a zviditelnění původu výrobku v určité oblasti.

3 PODPORA PRODEJE REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ

Dnešní doba je velmi orientovaná na marketing. Sociální sítě chrlí nadměrné množství informací, které působí na lidi v podstatě neustále. Tyto informace však mohou také přinášet snadnější přístup k regionálním produktům. Je popsáno mnoho marketingových nástrojů, jejichž cílem je zprostředkovat zákazníkovi informace o vybraných podnicích, produktech, nebo mu přiblížit život na farmě. Podpora regionálních produktů vychází jednak

z evropských programů, státních institucí, ale také z místních samospráv a občanských iniciativ (Podpora kvalitních potravin, 2013).

Podle Marketingu regionálních produktů (2016) je hlavním předpokladem pro zajištění komunikace o regionálních produktech zvýšený zájem o původ produktu a jeho značku. Tato značka je brána jako nejvýznamnější nástroj marketingové komunikace, týkající se podpory produktů.

3.1 Průběh poskytnutých podpor ze strany státu v ekologickém zemědělství

V letech 1990 až 1992 byly uvolněny jedny z prvních finančních prostředků, které podporovaly vznik ekologických podniků. S rokem 1998 byla spuštěna podpora vycházející z již uceleného dotačního programu. Tato podpora probíhala do roku 2003 na základě státních dotací v souladu s nařízením vlády, jimž se stanovují podpůrné programy. Vstupem do Evropské unie v roce 2004 bylo ekologické zemědělství zahrnuto do tzv. agroenvironmentálních opatření (AEO), která se objevila v prvním programovém období 2004-2006 i v druhém programovém období 2007-2013. Od roku 2007 byla podpora ekologickým zemědělcům proplacena prostřednictvím Osy II Program rozvoje venkova (2007-2013) pod titulem „EZ“. Tento titul byl zahrnut společně s integrovanou produkcí pod opatření „Postupy šetrné k životnímu prostředí“ v rámci AEO. Díky tomuto titulu je možné vyplácet náhradu za ekonomické ztráty přímo zemědělcům. Zároveň byli ekologičtí hospodáři zvýhodněni prostřednictvím bodů, které zohlednili při žádostech o podporu z „Operačního programu Zemědělství“. Od roku 2007 byli bodově zvýhodněni producenti a farmáři biopotravin u pěti jednotlivých opatření v rámci Osy I a Osy III PRV (2007-2013). Registrovaní farmáři v ekologickém zemědělství tak získali

mnohem vyšší procento na úspěch, že jejich projekt bude schválen a zafinancován. V roce 2014 vyšlo v platnost nařízení Evropského parlamentu a Rady č.1305/2013, které určuje jisté podmínky pro zajištění finančních prostředků na rozvoj venkova v novém programovém období 2014-2020. Vzhledem k jistému zpoždění schválení tohoto nařízení se stal rok 2014 přechodným, a to z důvodu, že původní podmínky zůstaly v platnosti. Rok 2015 tak byl prvním rokem nového programového období 2014-2020, kdy byla hospodářům nabídnuta šance vstupu do nových PRV, jež byly v červenci téhož roku schváleny vládou a poté Evropskou komisí (Hrabalová, 2019).

3.1.1 Význam podpory prodeje

Kotler a Keller (2013) zařazují podporu prodeje do subsystémů komunikačního mixu, jehož úkolem je stimulovat prodej výrobků a služeb spotřebitelům nebo určitým distribučním článkům v rozmezí daného časového období. Podpora prodeje je nástroj, který díky stimulům zvyšuje prodej výrobků. Tvoří velmi podstatnou a rozhodnou část podnikových aktivit. Význam podpory prodeje jde stále více do popředí a roste. Výdaje, které jsou potřeba na tuto formu marketingové komunikace, převyšují v Evropské unii výdaje na obyčejnou reklamu. Je známa celá řada typů podpory prodeje. Klasifikovaná podpora prodeje vychází ze dvou aspektů. Jednak z distribuční cesty(jedná se o podporu prodeje zprostředkovateli, maloobchodní podporu prodeje a podporu prodeje konečnému spotřebiteli), jednak z charakteristiky, tj. stimulace a komunikace.

3.1.2 Nástroje podpory prodeje a zacílení

Nástroje podpory prodeje jsou specifické zejména tím, že se snaží na základě svého potenciálu dosáhnout jistých cílů. Vzorčky zdarma, nebo například poskytnutí slevy mají velkou šanci přilákat zákazníka a přimět jej k okamžité koupi bez váhání. Také je možnost poskytnout voucher či slevový kupon, který sníží tržní hodnotu výrobku. Mezi nástroje se řadí též vyzkoušení produktů. To jsou příklady prostředků, kterými se snaží výrobce či prodejce u zákazníků dosáhnout věrnosti a zájmu o daný produkt (Co je podpora prodeje, 2014).

Podpora prodeje lze rozlišovat ve dvou základních kritériích, kdy spouštěčem daných aktivit může být producent ale i obchodník. Jejich cílové skupiny můžeme rozčlenit na distributory, prodejce a konečné zákazníky (Co je podpora prodeje, 2014).

Z tohoto vychází tři typy podpor:

- podpora prodeje zprostředkovateli-výrobce nabízí distributorovi, velkoobchodník nabízí maloobchodníkovi,
- podpora prodeje v maloobchodě-maloobchodník nabízí spotřebiteli,
- podpora prodeje spotřebiteli-výrobce nabízí přímou cestou rovnou spotřebiteli(Kotler a Keller, 2013).

3.1.3 Podpora prodeje ve vztahu ke zprostředkovatelům

Podle Kotlera (2001) výrobce nabízí své výrobky přímo velkoobchodníkovi, maloobchodníkovi nebo distributorovi. Charakteristické prvky, které výrobce používá, jsou rabaty nebo dárky, protože se mají stát stimulem k nákupu. Maloobchodní síť používají jako podporu prodeje například snížení ceny, prodejní kupony, různé soutěže či prémie. Podpora prodeje spotřebiteli zprostředkovává skutečné působení na konečného zákazníka bez jakékoliv pomoci prostředníka.

3.1.4 Podpora prodeje ve vztahu ke spotřebitelům

Jedná se o různé kupony, které vydá přímo výrobce a jsou to zejména „poukázky“. Dále může výrobce poskytnout slevu z ceny výrobku, nabídnout poštovné zdarma či dovoz až do domu zákazníka. Program odměn funguje na základě systému, kdy kupující sbírá body při nákupu. Po nasbírání určitého počtu dostatečných bodů může pak daný spotřebitel dostat dárek či výrobek s vyšší slevou. Do této podpory se řadí i loterijní hry, kdy je možné vyhrát různé ceny. Produktová podpora výrobce spočívá v tom, že nabízí zákazníkům vzorky daného produktu zdarma (Co je podpora prodeje, 2014).

3.1.5 Podpora prodeje v maloobchodě

Podpora prodeje maloobchodních sítí je řešena většinou prostřednictvím různých slev, kdy po předem určenou dobu je snížena hodnota daného výrobku. Tuto podporu můžeme chápat jako výprodej. Maloobchodní kupony nabízí subjekt maloobchodu přímo konečným spotřebitelům. Dále se jako podpora prodeje označují také výstavky, to znamená, že v prostorách provozovny nebo v jejím blízkém okolí jsou vystavovány výrobky. Hlavní myšlenkou výstavky je zviditelnění výrobku či značky (Co je podpora prodeje, 2014).

3.1.6 Podpora prodeje na území MAS Horní Pomoraví

Území MAS Horní Pomoraví o.p.s. se nachází na severovýchodě České republiky, v severní části Olomouckého kraje, při hranicích s Polskem. Obce MAS se rozprostírají v západní části okresu Šumperk (Území MAS, 2014).

Místní akční skupina Horní Pomoraví působí především na území České republiky, a to v oblasti obcí Bohdíkov, Bohuslavice, Branná, Bratrušov, Brníčko, Bušín, Drozdov, Dubicko, Hanušovice, Horní Studénky, Hoštejn, Hrabová, Hynčina, Chromeč, Jakobovice, Janoušov, Jedlí, Jestřebí, Jindřichov, Kamenná, Kolšov, Kopřivná, Kosov, Lesnice, Leština, Lukavice, Malá Morava, Nemile, Olšany, Písařov, Postřelmov, Postřelmůvek, Rájec, Rohle, Rovensko, Ruda nad Moravou, Staré Město, Sudkov, Svěbohov, Šléglov, Štítý, Vikantice, Vysehoří, Zábřeh, Zborov, Zvole. Dále též na území dalších obcí, které souhlasily se zařazením do územní působnosti MAS pro období 2014–2020 (Územní působnost Místní akční skupiny Horní Pomoraví, 2014).

Tato místní akční skupina díky podpoře z Integrovaného regionálního operačního programu (financován z ERDF a státního rozpočtu ČR) může poskytnout implementaci a také administraci pro vypracování strategie, která vede k rozvoji na území místní akční skupiny MAS Horní Pomoraví (Území pro MAS Horní Pomoraví, 2015).

3.1.7 JESENÍKY originální produkt

Vítá vás kraj táhlých hřebenů, hlubokých údolí řek, která jsou zaříznutá v hlubokých lesnatých stráních. Vítá vás region, kde jsou rozkvetlé louky a zelené pastviny, na kterých se prohání stáda ovcí a skotu. Příroda v tomto kraji je romantická, ale někdy může být i poněkud drsná. Místní lidé jsou velice tvořiví a je tu pestrá nabídka služeb. Označení JESENÍKY originální produkt uděluje Místní akční skupina Horní Pomoraví zdejším výrobkům a službám. Tyto produkty a služby schvaluje nezávislá certifikační komise.

U výrobků se jedná zejména o řemeslné produkty (skleněné, dřevěné, regionální publikace atd.), dále o potravinářské, zemědělské a přírodní produkty (nápoje, sýry, cukrářské výrobky apod.) V oblasti služeb jsou certifikáty udělovány ubytovacím a stravovacím zařízením, která jsou milá a přátelská pro hosty, také poskytují kvalitní služby a dobře reprezentují území Jeseníků (Jeseníky originální produkt, © 2010-2021).

Značka JESENÍKY originální produkt má pomoci zdejším výrobcům a poskytovatelům služeb zviditelnit sebe i region Jeseníků. Označení je stylizováno tvarem květu zvonku, odkazuje na zvonek jesenícký. Zvláštností je, že zvonek jesenícký je endemický druh,

Což znamená, že roste pouze a jenom v regionu Jeseníků. Symbol nepravidelné kontury odkazuje na precizní ruční práci, historickou patinu a staré tradice místních lidí (Jeseníky originální produkt, © 2010-2021).

3.1.8 Místní akční skupina MAS Horní Pomoraví

MAS Horní Pomoraví je obecně prospěšná společnost, která byla založena v roce 2006 za účelem rozvoje území, který se stal principem trvale udržitelného rozvoje. Tento rozvoj je postaven na několika pilířích, a to především v ekonomickém, sociálním a environmentálním rozměru. MAS Horní Pomoraví působí téměř ve 46 obcích, které se nacházejí v Olomouckém kraji, na území podhůří Jeseníků. Úkolem neboli posláním této společnosti je budování pevných partnerských sítí subjektů, ale i působnost v neziskových sférách veřejného sektoru. Tato společnost se snaží sdružovat fyzické i právnické osoby za účelem spolupráce v oblasti rozvoje venkova (MAS Horní Pomoraví o.p.s., ©2021).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALÝZA EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ A MALOOBCHODNÍCH SÍTÍ REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮNA ÚZEMÍ MAS HORNÍ POMORAVÍ

Území Mas Horní Pomoraví je jasně definované jeho rozloha činí 672,12km². Součástí této akční skupiny jsou převážně obce, popřípadě města, která se nacházejí v šumperském okrese Olomouckého kraje. Mapa, který vymezuje území MAS Horní Pomoraví, přikládám v příloze č.5.

4.1.1 Specifikace okresu Šumperk

Okres Šumperk se nachází na severu Olomouckého kraje, na jihovýchodě sousedí s okresem Olomouc a na severu s okresem Jeseník. V České republice lze řadit okres Šumperk co se týče jeho rozlohou 1 313 km², se řadí na druhé místo mezi pěti okresy Olomouckého kraje. Okres je především charakterizován přírodou lesnatých Jeseníků, které se postupně zvedají z nížinaté Hané až k hřebenům Králického Sněžníku a Hrubého Jeseníku s Červenohorským sedlem a nejvyšší horou Praděd (1491 m n. m.). Z hlediska krajinné ekologie, je území okresu Šumperk, nesmírně pestré a víceméně relativně zachovalé. Vegetační kryt zde tvoří převážně květnaté louky a ostrůvky, které se ve vyšších polohách mění na horské smrčiny a vrchoviště.

Klimatické podmínky a faktory v této oblasti jsou poměrně příznivé. Tato oblast se vyznačuje silným biologickým potenciálem, který zahrnuje poměrně velké množství zemědělských agrosystémů (Charakteristika okresu Šumperk, © 2000 - 2021).

V této části práce budou použity otázky, které jsem pokládala jednotlivým respondentům k dané problematice, ale také uvedu jejich odpovědi a názory. Interview proběhlo se třemi respondenty, Ing. Hanou Olejníkovou za MAS Horní Pomoraví, Ing. Martinem Hutařem za PRO-BIO, s.r.o. a s Ing. Františkem Winterem za Statku Winter v.o.s. Některé oblasti, nacházející se na území MAS Horní Pomoraví u hranic, pohraniční oblasti nejsou nijak osídlené, proto lze očekávat pomalejší vývoj. Tento region nabídne mnoho, je bohatý na přírodní zdroje, které mohou zabezpečit dobré podmínky pro živočišný chov. Tento fakt uvedla Ing. Hana Olejníková, koordinátorka regionální značky, kterou jsem kontaktovala a řešila s ní tuto problematiku. „Na území MAS se nachází jak podnikatelé ekologického zemědělství, kteří obhospodařují právě tyto znevýhodněné oblasti a chovají masná plemena skotu, a to především v severní části území MAS, ale směrem na jih jsou podnikatelé, kteří

chovají mléčný skot a obhospodařují pole, pěstují různé druhy obilovin a jiné produkty zemědělství, které se dále zpracovávají.“ Přírodní podmínky, které panují v tomto regionu, vytvářejí předpoklady k hospodaření v režimu ekologického zemědělství, výměra ekologických ploch v tomto okrese činí přes 20 000 hektarů. Bioprodukty, které jsou spojeny s tímto regionem je široká škála, která se pohybuje od masa v bio kvalitě, až po brambory či senáž. Největším producentem regionálních produktů ekologického zemědělství je jednoznačně společnost PRO-BIO, s.r.o., tento fakt opět uvedla Ing. Hana Olejníková. „Jednoznačně se jedná o výše zmíněnou firmu sídlící ve Starém Městě a to PRO-BIO, s.r.o. Tato firma zpracovává suroviny k výrobě bio potravin. Celkem má tato společnost tři bio mlýny, díky tomu je jeden z největších zpracovatelů a dodavatelů bio potravin v ČR. Tato společnost vlastní mlýn, který mele bezlepkové bio obiloviny a díky tomu je jediný v Evropě.“

Díky internetovému portálu EAGRI.CZ, který nabízí registr podnikatelských subjektů a firem, jejichž náplní je ekologické zemědělství, jsem nashromáždila data. Registr uváděl data o podnikatelských subjektech v ekologickém zemědělství napříč celou republikou. Na základě zadání mé bakalářské práce jsem shromáždila data o podnikatelských subjektech, kteří se nacházeli jen na území MAS Horní Pomoraví, tedy obce nebo města, ve kterých tyto subjekty ekologicky hospodařili. Podrobnějším hledáním v tomto registru jsem vyčlenila podnikatelské subjekty, jež jsou zapojeny do ekologického zemědělství, ale zároveň jsou to producenti biopotravin. Výsledek analýzy, který interpretuje počet podnikatelských subjektů ekologického zemědělství a také rovněž výrobci biopotravin, kteří mají své místo hospodaření na území Mas Horní Pomoraví.

Na území Mas Horní Pomoraví lze nalézt 7 podniků, které jsou v režimu ekologického zemědělství a rovněž se podílejí na výrobě biopotravin. Dominantou mezi těmito 7 podniky je společnost PRO-BIO, s. r.o., ale také Statek Winter v.o.s., Ekofarma Skřivánek Branná, Agrodružstvo Zábřeh, Farma Drozdov, Farma Jandrt a Agrisen s.r.o.

4.2 PRO-BIO, s.r.o

Tato společnost působí od roku 1992 jako výrobce biopotravin, který je největší v České republice. V podhůří Králického sněžníku ve Starém Městě se nachází sídlo firmy a jejími zakladateli byli dvojice přátel Ing. Martin Hutař a Ing. Karel Matěj. Tito dva společníci se rozhodli podnikat v oboru biopotravin. Následovně byla založená společnost s cílem uživit sebe a své první tři zaměstnance. Jak sami říkají, "trochu se jim to vymklo z rukou". Týmy

zaměstnanců čítající více než 120 pracovníků se starají o úspěšný chod firmy. Nezbytnou součástí jsou 3 bio mlýny, balírny, sklady a v bohatý sortiment, nabízející přes 1 500 položek v kvalitě bio. Koncepce této společnosti je zpracovávání a výroba biopotravin, velkoobchodním prodejem, celorepublikovou distribucí bioproduktů, zahraničním obchodem s biopotravinami, eko drogerií, bio kosmetikou a obchodem s certifikovanými bio osivy. Tyto produkty jsou dodávány na trh pod čtyřmi různými značkami: Bioharmonie, Biolinie, Naše biofarma a Probio. PRO-BIO je také držitelem označení JESENÍKY originální produkt.

(O nás PROBIO, 2021)

Značka Bioharmonie zahrnuje produkty, které spíše představují pomocníky do kuchyně. Patří sem především obiloviny, luštěniny, mouky, krupice, těstoviny, rýže, olejniny, ořechy a další.

Řada biopotravin Bioline zaručuje, že i začátečník uvaří zdravé a chutné jídlo s těmito výrobky. Jedná se o předem namíchané směsi, které nejsou nijak časově náročné a jejich příprava je jednoduchá. Připravit se z nich dají například výtečné lívanečky, palačinky, perník, polévky, rizota či křupavý chléb. Pod touto značkou lze nalézt i praktickou sterilovanou zeleninu, oblíbené Špaldové kafe s cikorkou, instantní nápoje, sníadaňové kaše, cereálie či polévkové bujóny.

Výběr z výrobků pod značkou Naše biofarma garantuje základní biopotraviny, vyrobené na území České republiky, je zde zaručení českého původu. Každý výrobek je označen, a to jménem farmáře a místem, odkud tato surovina pochází.

Výrobky označené značkou PROBIO, jsou na trhu docela krátce, a to od loňského roku. Smyslem je, aby zákazníci věděli, že na první pohled tyto produkty pocházejí ze Starého Města (Co pro vás vyrábíme, 2021).

Na základě analýzy stavu ekologického zemědělství a podpory regionálních produktů ekologického zemědělství, jsem zkontaktovala Ing. Martina Hutaře, který zastoupil společnost PRO-BIO. Byla použita kvantitativní metoda, a to formou pohovoru, k jednotlivým otázkám se respondent vyjádřil takto:

Vaše firma PRO-BIO je největším producentem a výrobcem biopotravin v České republice, je tento fakt znám pro místní podnikatele? Jaké příležitosti dáváte místním podnikatelům?

„Ano, tento fakt je pro ně známý, ovšem co se týče příležitostí těch moc není.“ Naše firma dodává spíše do velkoobchodních sítí a řetězců, např. Globus, Makro.“ Popřípadě naše produkty nabízí také e-shop rohlík.cz i v rámci kraje.“ Místní podnikatelé až tak nestojí o naše výrobky, kvůli ceně, která bývá vyšší než u konvenčních potravin.“

Pandemie COVID 19 ovlivnila značnou část podnikatelských subjektů, jak se konkrétně dotkla vaší společnosti? Měla za následek snížení/zvýšení vašeho odbytu z pohledu jeho odvětvové a územní struktury, a jaké očekáváte dlouhodobé dopady pandemie na hospodaření a obchodní model Vaší společnosti?

„Konkrétně naši společnost to nijak nezasáhlo, ba naopak v době pandemie si lidé začali více uvědomovat svůj zdravotní stav a také řešili způsoby zdravějšího stravování, či nakupování zdravějších potravin. Paradoxně, tato situace spíše podpořila prodej přes e-shopy a větší poptávku po bio produktech.“

Jaké příležitosti odbytu vašich výrobků spatřujete v místních firmách (jako např. pekárny, pekařství, maloobchodní řetězce, jednotlivé prodejny potravin, restaurační zařízení) a jaká je dostupnost Vašich výrobků pro místní podnikatele a konečné spotřebitele?

„Jak jsem již zmiňoval, naše firma spíše dodává do větších velkoobchodních řetězců, jelikož tam je velký odbyt, co se týče regionu dodáváme do regionálních prodejen se zdravou výživou, po případě naše výrobky lze zakoupit v naší prodejně, která je situována přímo u nás na PRO-BIU.“ Co se týče kamenných obchodů v místě vzniku, tak ve Starém Městě v Coop Jednota, je vymezený regál, který je čistě jen s našimi výrobky PROBIO.“

Zhodnoťte Vaše zkušenosti v příjmem veřejné podpory v posledních dvou letech, resp. za předchozí programové období let 2014-2020, a naznačte, jaké změny by bylo vhodné realizovat za účelem její vyšší efektivity. Spolupracujete s místní akční skupinou MAS Horní Pomoraví? V případě, že ano, jakým způsobem, a jaké vidíte příležitosti ve spolupráci do v krátkodobém či střednědobém horizontu?

„Co se týče podpor z veřejných financí, jsou stále nové podpory a poskytování nových dotací, ovšem už se nemluví o částkách, které jsou poskytnuty. Nikdo si nedovede představit kolik práce stojí za tím, když chcete vyrábět bio. Jelikož údržba a řízení chodu v režimu ekologického zemědělství je velice finančně náročná, proto by mohla být finanční podpora ze strany EU a státu vyšší.“ Přes MAS Horní Pomoraví, také čerpáme dotace na základě jejich programů, „fische“, například pro marketingovou kampaň našich slavností

PRO-BIO, den otevřených dveří PRO-BIO a mnoho jiné. Mimo jiné bych ocenil nějaký projekt, který by zlepšil odbyt našich výrobků v regionu.“

4.3 Statek Winter v.o.s

Rodinná společnost se sídlem ve Vysokých Žibřidovicích vznikla v roce 2019. Náplní této společnosti je zemědělská prvovýroba a hospodaří v katastrech Vysoké Žibřidovice, Vysoká, Malá Morava, Žleb a mimo to i v katastrálním území Kopřivná. Výměra plochy, která je obhospodařována činí 435 hektarů a 99 % výměry zabírají louky a pastviny. Tento ekologický subjekt i držitelem označení JESENÍKY originální produkt. Rostlinná výroba a její charakter spočívá především na produkci objemných krmiv a zabezpečit krmivové základny pro chovaná zvířata na zimní období. V režimu ekologického hospodaření funguje tato společnost na celé své výměře. Stěžejním nosným programem společnosti je odchov hospodářských zvířat, tradiční pastevní odchov v oblasti podhůří Jeseníků. Program rovněž znázorňuje zavádění ekologických forem hospodaření a použití moderních pastevních technologií při respektu k ochraně přírody a využití k rekreačním účelům. Ve Vysokých Žibřidovicích je soustředěn provoz porážky a bourárny masa, které jsou ekologicky certifikovaným provozem (Statek Winter v.o.s., 2019).

Lze porážet skot i jatečná jehňata. Po dohodě lze zásobovat restaurace či regionální prodejny ale i drobné spotřebitele. Prodej masa z vlastního chovu je vždy na objednávku. Na internetových stránkách společnosti Winter v.o.s. <http://statekwinter.cz/> jsou uvedeny ceny produktů a objednávkový formulář. Po vyplnění formuláře je možnost si objednávku vyzvednout osobně, popřípadě rozvoz do vzdálenosti nad 20 km od sídla pouze na dotaz společnosti (Prodej masa, 2019).

Další interview bylo uskutečněno s Ing. Františkem Winterem. Otázky jsou směřovány na činnost jeho společnosti, ale také na problematiku související s podporou regionálních produktů pocházejících z ekologického zemědělství. K jednotlivým otázkám se mi respondent vyjádřil následovně:

Vaše společnost Winter se zabývá zemědělskou a také živočišnou výrobou, která je specifická, v tom, že vaše výrobky certifikované o jejich původu tedy BIO. Také provozujete porážku a bourárnu masa?

„Naše společnost vyniká v chovu bio skotu, naše maso je prvotřídní kvality a rovněž dbáme, aby naše pastviny nebyly nijak ošetřovány a vše bylo nejpřírodnější cestou. Od nás

již putuje finální produkt, od narození až po celkové ošetření, zabalení a následné expedice.“

Jaké příležitosti odbytu vašich výrobků spatřujete v místních firmách (jako např. uzenářství, maloobchodní řetězce, jednotlivé prodejny potravin, restaurační zařízení) a jaká je dostupnost Vašich výrobků pro místní podnikatele a konečné spotřebitele? Pokud takovéto příležitosti existují, pak je, prosím, specifikujte, a případně uveďte, kterým místním firmám své výrobky dodáváte a jaké příležitosti a hrozby v této distribuci shledáváte v krátkodobém a střednědobém období z pohledu Vaší obchodní strategie?

„Co se týče místních podniků, moc jich není, fungujeme na objednávku, máme stálý okruh odběratelů, kteří jsou převážně z Čech, oblast Praha atd. V kontextu místních podnikatelů, tak odbyt až takový bohužel není, odrazuje je cena, ovšem já nemůžu nabízet své produkty pod cenou, vyšší cena je adekvátní k její vysoké kvalitě. Tento problém stojí za to, aby byl vyřešen, větší odbyt v regionu by stál za přínos.“

Pandemie COVID 19 ovlivnila značnou část podnikatelských subjektů, jak se konkrétně dotkla vaší společnosti?

„V naší společnosti jsem až tak nezpozoroval značnou změnu kvůli COVID 19, prodej probíhal přes e-shop, popřípadě za přísných hygienických podmínek bylo maso do určitého okruhu rozváženo až k zákazníkům.“

Měla pandemie za následek snížení/zvýšení vašeho odbytu z pohledu jeho odvětvové a územní struktury, a jaké očekáváte dlouhodobé dopady pandemie na hospodaření a obchodní model Vaší společnosti?

„Na začátku pandemie, jsem zaznamenal menší nárůst objednávek přes e-shop, který byl i v rámci regionu, lidé si dělali zásoby, a proto i objednávky byly hlavně balíčky po 10kg bio hovězího masa, nejvíce šly části jako hovězí zadní a falešná svíčková.“

Vaše společnost provozuje porážku a bourárnu masa, která je zatím jediným ekologicky certifikovaným provozem v Olomouckém kraji. Jak vnímáte tento fakt z pohledu Vaší konkurenční výhody oproti ostatním podnikatelským subjektům?

„Bohužel tento fakt již není platný, již už nejsme jedinou certifikovanou bourárnou v kraji. Ovšem náš okruh odběratelů, kteří chodí porážet stále k nám, zůstává víceméně stejný, jelikož disponujeme kvalitou a pečlivostí.“

Spolupracujete s místní akční skupinou MAS Horní Pomoraví? V případě, že ano, jakým způsobem, a jaké vidíte příležitosti ve spolupráci do v krátkodobém či střednědobém horizontu?

„Ano, spolupracujeme, MAS je takové moje dítě, jelikož já jsem jejím zakladatelem, nynější ředitelka je Ing. Anna Bartošová a dovolím si s jistotou tvrdit, že neznám ve svém okolí člověka, kterému mu to takhle pálí ve věcech, které MAS Horní Pomoraví zprostředkovává.“ Nyní řeším marketingovou kampaň, respektive jsem nechal udělat nové propagační materiály naší společnosti Winter v.o.s.“

Je možnost si zakoupit vaše produkty přímo v místě jejich výroby, tj. ve Vysokých Žibřidovicích? Jakými způsoby podporuje Vaše společnost prodej svých výrobků konečnému spotřebiteli?

„Ano, je možné si u nás zakoupit naše bio maso, ale jak říkám, většinou fungujeme na způsob, že si zákazníci maso objednají a my jim ho buď dovezeme, ovšem pouze v nějakém stanoveném okruhu, je to kolem 20 km, anebo si zákazníci už přímo přijedou pro svoji objednávku. Popřípadě je možné kontaktovat mě, nebo kohokoliv z našeho statku a dopředu si objednat.“

4.4 Ekofarma Skřivánek

Ekofarma Skřivánek se nachází v idylickém prostředí jesenických hor v obci Branná nedaleko Hanušovic. Tato obec leží na trase z Jeseníku do Šumperka. Chráněná krajinná oblast Jeseníky začíná za hranicí farmy. Chovem dojnic a s výrobou více než 300 000 l čerstvého mléka, které je nejvyšší kvality je známa tato farma, která je datována již od roku 1994. Kolem roku 1998 byla farma zaevidována na základě žádosti do ekologicky hospodařících farem s platnými ekologickými certifikáty. Na farmě je hlavním charakterem produkce živočišná výroba z rostlinné výroby je nejdůležitější výroba sena, senáže a siláže k zajištění krmivové základy pro chovaná zvířata. Z živočišné výroby jde především o chov krav s tržní produkcí mléka a skot bez tržní produkce mléka, chovaný na maso kvůli plemenu Hereford. Toto plemeno se vyznačuje masem vysoké kvality s vnitrosvalovým tukem. Na hospodářství se chovají i drobnochovy drůbeže, králíků, holubů, včel, ryb atd. (Farma Branná – Poznej svého farmáře, 2018).

Farma v Branné je moderní provoz hospodařící v systému ekologického zemědělství, který se snaží co nejméně zatěžovat životní prostředí. Farma je otevřena pro zákazníky,

návštěvníky a exkurze. Tým pracovníků Ekofarmy Branná srdečně provede návštěvníky po stájích, pastvinách a loukách. Forma prodeje probíhá prostřednictvím osobního kontaktu. (Farma Branná – Poznej svého farmáře, 2018).

4.5 Agrodružstvo Zábřeh

Předmětem podnikání Agrodružstva Zábřeh je živočišná a rostlinná výroba. Družstvo se zabývá chovem krav a také pěstováním obilí, kukuřice a vojtěšky. Mimo to provozuje pronájem a půjčování věci pro zemědělství. Agrodružstvo Zábřeh nabízí k prodeji hovězí maso z mladých býků, pocházející z vlastního chovu hovězího skotu. Je zde možnost výběru, k zakoupení je i BIO hovězímaso, které je z vlastního ekologického certifikovaného chovu. Jedná se o plemeno jalovice Limousine. Dále je zde možnost koupě i hovězích konzerv, které jsou poctivě a ručně zpracovány. Podmínkou je, že nesmí obsahovat žádné přidané látky ani konzervanty, tedy čistě přírodní cestou. Maso je k zakoupení ve formě balíčků v rozmezí o váze 5 až 10 kg. Jednotlivé části v jakémkoliv množství lze po předchozí domluvě objednat. S dokladem o zaplacení obdrží zákazník údaje o zvířeti (evidenční číslo, datum narození a datum porážky). Tento doklad si lze ověřit na stránkách Ministerstva zemědělství ČR (Agrodružstvo Zábřeh, 2013).

V Zábřehu, kde družstvo sídlí, lze nalézt prodejnu, kde prodávají své maso na svých internetových stránkách <http://www.agdz.cz>. V sekci novinky informují, pokud by byla prodejna zavřená. Maso si lze také objednat i předem, a to buď telefonicky, nebo po osobní domluvě. Agrodružstvo Zábřeh je schopno zásobovat maloobchodní řetězce, po domluvě regionální restaurace. Na svých internetových stránkách také informovali, že probíhá prodej masa ze dvora (Agrodružstvo Zábřeh, 2013).

4.6 Farma Drozdov

Farma Drozdov rodinná farma s dlouholetou tradicí. Farma se nachází na severu Moravy na okraji vesnice Drozdov v nadmořské výšce 600 m n. m. Rozloha činí cca 150hektarů a patří spíše k menším farmám. Chov a výkrm masného skotu je hlavní zaměření, na farmě jsou k vidění ale i koně a farmová zvěř. Dnešní podoba farmy stála plno úsilí a práce již od roku 2012, do budoucna jsou v programu plány a vize, které je potřeba rozvíjet. Nově na farmě Drozdov byl spuštěn prodej domácích uzenářských výrobků(O farmě, 2021).

V areálu je v provozu uvedená restaurace, kde je možnost pořádání privátních akcí. K zaručení maximální čerstvosti a kvalitě masa probíhá prodej masa formou objednávek

v předem stanoveném termínu. Balíčky masa poté na přání v okruhu 20 km a po následné domluvě lze přivést až domů a to zcela zdarma. Objednávky si mohou zákazníci zakoupit i přímo na farmě, kde je situován obchod. Farma také provozuje trhy s prodejem vlastního masa (O farmě, 2021).

Přednosti:

- Rodinný přístup, který je vedený jak k zákazníkům, ale i k zvířatům. Vysoká míra péče o zvířata, jelikož tento faktor se promítá do kvality masa.
- Moderní zázemí- farma je po celkově rekonstrukci, zvířata tedy jsou chována v moderním příjemném prostředí.
- Čistá podhorská příroda.
- Vlastní ekologicky certifikována bourárna masa.
- Vlastní zrajírna masa(O farmě, 2021).

4.7 Farma Jandrt,s.r.o

Farma Jandrt,s.r.o sídlí v podhůří Jeseníků v malebné obci Hanušovice. Nadmořská výška dosahuje okolo 600 m n. m., panují zde pravé klimatické podmínky pro pěstování brambor a chov skotu. Farma se rozprostírá na rozsáhlých loukách a pastvinách. Činnost farmy je datována již od roku 1993, o tři roky později se přidal i režim ekologického zemědělství. Při výrobě biopotravin je kladen velký důraz, aby nebyly použity žádné nepovolené látky, bioprodukt zaručuje tuto pravost a kvalitu. Certifikované bio produkty jsou na této farmě především brambory, skot, senáž a seno. Co se týče živočišné výroby, tak je zde chov krav bez tržní produkce mléka u plemen Hereford, Simentál a Piemontese. Rostlinná výroba je soustředěna na pěstování bio brambor, kdy každý rok je obnovena vhodná odrůda, která je schválena pro ekologické zemědělství. Na svých internetových stránkách <https://jandrt.cz/> je uvedený poptávkový formulář, který obsahuje jméno, email telefon a dotaz. Prodej probíhá výhradně po domluvě, prodej senáže, prodej telat, prodej ze dvora (Farma Jandrts.r.o, 2020).

4.8 Agrisen,s.r.o

Farma Agrisen vznikla již v roce 2002 v místní části Starého Města, v Nové Senince. Byla založena jako dceřinná společnost již zmíněné společnosti PRO-BIO, s.r.o. Nynějším majitelem této firmy je Dalimil Mika. Plocha obhospodařovaných ploch činí okolo 115

hektarů, jedná se zejména o louky a pastviny, kde se pasou stáda ovcí plemene Valaška. Každým rokem je zde odchováno přes stovky jehňat. Farma tvoří přirozenou a nedílnou součást společnosti, kde je možné nějakým způsobem zužítkovat jinak nevyužitelné zbytky z mlýna. Kromě chovu ovcí je zde uveden do provozu i chov koz plemene hnědá krátkosrstá. Agrisen, s.r.o nabízí možnost prohlédnout si farmu, zde probíhá i prodej jehňat a kůzlat. Farma se v posledních letech snaží, aby byl větší odbyt jehněčího bio masa v rámci spolupráce s firmou PRO-BIO, s. r. o. (Agrisens.r.o, 2015).

5 ANALÝZA KRÁTKÝCH DODAVATELSKÝCH ŘETĚZCŮ A TRHU REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍNA ÚZEMÍ MAS HORNÍ POMORAVÍ

Myšlenka krátkých dodavatelských řetězců spočívá v blízkém vztahu mezi zemědělci a zákazníky bez dalších prostředníků. Umožňuje tak spotřebitelům získat lokální či regionální zdravé většinou ekologicky šetrně pěstované jídlo. Drobným zemědělcům díky tomuto krátkému dodavatelskému řetězci umožňuje soběstačnost a zajištění kvality potravin i procesu jejich výroby. Tento způsob, jak může výrobce poskytovat a dostat za svůj produkt cenu, která je férová bez toho, aniž by se o svůj zisk dělil s obchodníkem.

Možnosti krátkých dodavatelských řetězců:

- Na farmě přímo v místě vzniku. Prodej ze dvora.
- Na farmářských trzích, tyto trhy se staly velice oblíbené, a to hlavně ve velkých a malých městech.
- Ve vlastní prodejně, vzniká zde ideální možnost spolupráce mezi zemědělci, lze totiž nabízet produkty spřátelených kolegů v oboru (Kouřil, 2019).

V předchozí kapitole jsem provedla analýzu ekologických subjektů, které se zároveň podílejí na výrobě biopotravin. Analýzu subjektu jsem provedla na území Mas Horní Pomoraví. Předchozí kapitola popisovala obecné informace, druh podnikání subjektů a také možnosti kam dodávají své výrobky na trh.

V této kapitole se zaměřím na podniky, které nabízí své produkty v rámci krátkých dodavatelských řetězců, prodej ze dvora apod. Díky této formě prodeje, zejména prodej ze dvora a na farmářských trzích, se dostávají farmy a celkově menší farmáři do povědomí lidí. Vzniká tak šance většího tržního uspokojení ze stran farmářů, jelikož se jejich produkty budou prodávat a také mohou zákazníkům povědět příběh, jak tento produkt vznikl, a to dle mého názoru je velmi zajímavé.

5.1.1 Ekofarma Skřivánek

Ekofarma Skřivánek má své sídlo v Branné, nedaleko Hanušovic. Farmu lze navštívit pondělí až pátek v časech 7:00 až 17:00 hod., v sobotu od 9:00 do 11:00 hod. V neděli má farma zavřeno. Komunikace se zákazníky a především oznamování novinek probíhá prostřednictvím Facebooku, pod jménem „Zemědělská ekologická farma Branná“.

V úvodních informacích jsou sděleny informace o chovu skotu, ovcí, koní, o prodeji zástavového skotu, mléka, hovězího masa a jehněčího, skopového masa a medu. Majitel farmy průběžně informuje své okolí o dění na farmě. Pod některými příspěvky lidé komentují s tím, že by si chtěli objednat maso, nebo jiné produkty pocházející z farmy, majitel na ně průběžně reaguje. Tedy forma prodeje, který tento ekologický subjekt zvolil, je prodej především ze dvora. Je možné si objednávku zajistit po předchozí domluvě, na telefonickém čísle, uvedeném na jejich Facebookové stránce. Kontaktovala jsem místní farmu, kde mi bylo sděleno, že prodej probíhá jedině ze dvora, popřípadě každé dva dny přijíždí cisterna z Olmy ze Zábřeha a z jejich bio mléka jsou vytvořeny bio jogurty, které jsou pak uváděny na trh. Pokud si objednávku nesmluvíte předem, jediná možnost, jak získat tyto produkty, je navštívit dané místo a přímo na farmě tyto produkty zakoupit. Tato forma prodeje je velice lákavá, jelikož zákazník vidí celkový dojem z farmy a jak je o zvířata pečováno. Takto je větší šance, že produkt bude opravdu vysoké kvality. Doplňkovou formou činnosti této farmy je i možnost ubytování přímo na farmě ve dvou a čtyřlůžkových pokojích s kuchyňkou, společenskou místností a společným sociálním zařízením.

5.1.2 Farma Jandrt,s.r.o

Farma Jandrt, s.r.o. se nachází jen nedaleko od předchozí farmy, a to v místě Hanušovice. Specializací této farmy jsou především bio brambory, skot, senáž a seno, vše je zaměřeno na bio kvalitu vytríbenou péčí o tyto produkty. Jedná se jednu z menších farem, proto i forma prodeje probíhá prodejem ze dvora, nebo po domluvě s majitelem. Pokud se zvolí telefonická domluva, zboží je pak připraveno a zákazník si pro něj jen přijede. Další možností je osobní návštěva a výrobky si zakoupit přímo na daném místě - prodej ze dvora(Farma Jandrt s.r.o, 2020).

5.1.3 Farma Drozdov

Rodinná a moderní farma, která pochází z Obce Drozdov jde takřka s dobou, v areálu je k vidění restaurace a zvířata pohybuje se ve volných výbězích. Prostory restaurace nabízí k pronájmu pro pořádání rodinných oslav, firemních večírků apod. Pokrmy jsou připravovány z jejich domácího chovu, a tak se zaručuje maximální čerstvost a chuť bio hovězího masa. Na svých internetových stránkách <http://www.farmadrozdov.cz/> v kategorii novinky, informují o aktualitách a důležitých informacích, co se týče farmy. Dále probíhají 3x do roka jejich tradiční trhy - Vánoční, Velikonoční a Svatováclavské trhy. Na

dvoře farmy vyrostou stánky s prodejem dršťkové polévky, uzenin, bramboráčky apod. Farma nabízí i rozvoz obědů pro jednotlivce i firmy. Probíhá prodej hovězího masa formou objednávek v předem daných termínech. Objednávku si můžete vyzvednout i sami na farmě, je však nutné se předem domluvit na termínu. Popřípadě na farmě je obchod, kde své produkty prodávají(O farmě, 2021).

5.1.4 Agrodružstvo Zábřeh

Agrodružstvo Zábřeh je poměrně velký podnik, co se týče jejich zaměření výroby a služby, tak jsou různorodé. Specifikace v rostlinné a živočišné výrobě, ale také půjčovna a pronájem zemědělských strojů pro firmy i pro jednotlivce. Ke své specifikaci přidali také chov a prodej bio hovězího masa z domácího chovu nejlepší kvality. V areálu je vybudován i malý obchod, kde je možnost si zakoupit toto bio hovězí. Maso se prodává převážně formou balíčků o váze 5 a 10 kg, ale je možné koupit i jednotlivé části v jakémkoliv množství. Nutné je ale předem objednat. Na svých internetových stránkách <http://www.agdz.cz/> také informují o prodeji masa ze dvora, kde si zákazník může přijít vybrat si přesně kousek masa, který se mu líbí. Tento prodej ze dvora je víceméně sezónní, ale není pravidlem, proto pokud takový prodej má nastat, je tato událost předem uvedena na webových stránkách, v sekci aktuality(Agrodružstvo Zábřeh, 2013).

Z místních zdrojů je možné sestavit bedýnku, která bude obsahovat:

- bio hovězí maso
- bio jehněčí maso
- bio mléko a mléčné výrobky
- široká škála celozrnných mouk (čiroková mouka, špaldová, vícezrnná apod.
- suché produkty PRO BIO

Tyto dvě kapitoly se věnovaly jednotlivým ekologickým subjektům, které se pohybují na území Mas Horní Pomoraví. Uvedla jsem jejich činnost, jakým způsobem jsou jejich výrobky vyráběny a jak jsou uváděny na trh. Problematika spočívá v tom, že odbyty jejich produktů byly zejména mimo region. Moje bakalářská práce řeší návrhnutí projektu, který by více podpořil prodej těchto regionálních produktů pocházejících z ekologického zemědělství. Zejména tento projekt by měl i zároveň více lidí z regionu informovat, že takovéto subjekty jsou na v našem regionu a je dobré, aby více utkvěly lidem v paměti.

V další kapitole je uveden návrh projektu, který je navržen tak, aby podpořil tyto místní ekologické farmáře.

Shrnutí analýzy: Je patrné, že tento region má potenciál k tomu, aby se zde pěstovalo v režimu ekologického zemědělství. Proto zde je možnost si vybrat z široké škály produktů pocházející z ekologického zemědělství. S některými subjekty jsem vedla pohovory s (Ing. Martin, Hutař, Ing. František Winter, Ing. Hana Olejníková), na téma, jak pomoci těmto malým i velkým podnikům, které nabízejí své regionální produkty ekologického zemědělství a více jim tak zvýšit tržby. S tím je spojeno také to, aby lidé vůbec v tomto regionu a okolí věděli, že takovéto produkty tu jsou a jakým způsobem jsou vyráběny. Myslím si, že skloubit tyto dvě věci dohromady, by mělo opravdu velký přínos nejen pro region, ale i pro celý Olomoucký kraj.

Většina výrobků i odbytu jde spíše ven z regionu, jak mi uvedli respondenti při rozhovorech, a to zejména do Čech a na západ České republiky. Bylo by dobré najít nějaký kompromis. Tím chci naznačit, že by pokračoval odbytu výrobků z regionu, ale zároveň by značná část zůstala i pro místní obyvatelstvo. V další kapitole je navržen projekt, který by měl podpořit prodej těchto výrobků uvedených výše a celkově zlepšit i marketingovou kampaň těchto výrobků a jejich dodavatelů. Při myšlence projektu jsem se nechala inspirovat internetovým obchodem košík.cz. Jde o to, že si na jejich e-shopu zákazník vybere, jaké výrobky chce a e-shop mu je zabalí a doveze přímo domů. Tato cesta nakupování je velice populární. V Praze tuto volbu nákupu vyhledává stále více a více zákazníků, tato myšlenka je zavedena i v Olomouci, ovšem u nás v regionu žádná takováto služba ještě není. Proto na tento impuls vznikl návrh projektu, který prezentuji ve své bakalářské práci. Navíc tato myšlenka rozvozu přímo do domu je bohatší v tom, že to budou jen regionální produkty, které ještě mají garanci, že jsou bio, tedy mnohem zdravější než konvenční potraviny, které jsou chemicky ošetřovány.

6 NÁVRH PROJEKTU PODPORY PRODEJE REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ NA ÚZEMÍ MAS HORNÍ POMORAVÍ

Návrh projektu, který je vytvořen ve smyslu, aby pomohl místním ekologickým subjektům, zvýšit odbyt jejich výrobků, byl navržen z výsledků pohovorů s jednotlivými respondenty, kteří jsou součástí této problematiky. Z výsledku analýzy bylo prokázáno, že odbyt výrobků jde spíše ven z regionu, než aby zůstal v tomto okruhu odběratelů.

Tento projekt je inovativní a má smysl v kontextu většího odbytu výrobků ekologického zemědělství, na území MAS Horní Pomoraví.

6.1 Název projektu:

Podpora prodeje bio produkce na území MAS Horní Pomoraví

Návrh projektu je sestaven na základě reálné žádosti o dotaci z Programu rozvoje venkova, je vygenerovaná z Portálu farmáře a vychází z podmínek výzvy MAS Horní Pomoraví pro předkládání žádostí o dotaci.

6.1.1 Identifikace žadatele

Družstvo: BioMls

IČ: 61569143

DIČ: CZ9711066150

Internetové stránky: www.BioMls.cz

Adresa pro doručování: Hanušovice, budova IC, Hlavní 139, 788 33 Hanušovice

Hlavní kontaktní osoba: Karolína Raczková

6.1.2 Popis projektu

Předmětem projektu je vybavení prodejního řetězce, zaměřeného na uplatnění regionálních bio produktů z farem ve specifikované oblasti.

Projekt je zaměřen na nákup 200 ks bedýnek, rozvozového auta a zavedení systému pro propagaci a prodej produktů (web, sociální sítě a e-shop).

6.1.3 Popis současného stavu

Území MAS Horní Pomoraví je z velké části v oblasti hospodaření využíváno k ekologické produkci. Existuje zde vysoká koncentrace ekologicky hospodařících subjektů (viz.kap.4). Aktuálně se snaží uplatnit svou produkci ve vzájemné spolupráci tak, aby mířila ke spotřebitelům v regionu a zkracoval se tak dodavatelsko-odběratelský řetězec. V současné době mají k dispozici prodejnu regionálních produktů, umístěnou v Informačním centru v Hanušovicích.

Pro efektivní distribuci produktů je potřeba vybavit spolupracující subjekty rozvozem autem, bedýnkami a vitrínami s chladícím zařízením a podpořit systém marketingovou kampaní.

6.1.4 Výsledek projektu

Obchodní družstvo bude rozvážet ve formě „bedýnek“ místní produkci. Tato bedýnka bude naplněna produkty, od lokálních ekologických zemědělců. Tyto bedýnky mohou být rozváženy ke konečným spotřebitelům, nebo do škol či regionálních obchodů se zdravou výživou. Projekt má za cíl podpořit tyto regionální zemědělce a zajistit, tak více odbytu jejich produktů, ale také tento projekt má docílit, aby lidé v tomto regionu dostali do podvědomí, jaké regionální produkty ekologického zemědělství se nachází v tomto regionu.

Součástí projektu bude i marketingová propagace, zahrnující vytvoření webu, zprovoznění soc. sítí a vytištění letáků. Dále kampaň pro zviditelnění a podporu prodeje ekologických subjektů v daném regionu – krátká videa o jednotlivých subjektech- jak vyrábí, co obnáší práce ekologického zemědělce, přehled jejich produktů.

Výsledkem projektu je vybavení pro zajištění odbytu v místě produkce. Konkrétně zahrnuje položky:

- | |
|--|
| - Rozvozné auto 750 000,- Kč (Ford Transit, 2019 2.0 96 kW EcoBlue |
| - Bedýnky 500, Kč (vyrob. ze smrkového dřeva, bez povrch. úprav o rozměrech 60x60x40mm) |
| - Vitríny s chladícím zařízením 250 000, Kč 2 ks, (rozměrech 189 x 33 cm, LED posvícení, samostatný chladící agregát) |

- **Marketingová kampaň** soubor služeb (soc. sítě, web, E-shop, letáky)
200 000, Kč

Tabulka 1 položky potřebné k realizaci projektu (zdroj: vlastní zpracování)

6.1.5 Nová pracovní místa

Realizací projektu vznikne 1 nová pracovní pozice (koordinátor prodeje).

6.1.6 Harmonogram projektu

Předpokládané datum zahájení fyzické realizace projektu: 01.09.2021

Předpokládané datum ukončení fyzické realizace projektu: 30.04.2022

Předpokládaný termín předložení žádosti o platbu na MAS: 01.05.2022

Předpokládaný termín předložení žádosti o platbu na RO SZIF 16.05.2022

Místo realizace projektu: Hanušovice, budova IC, Hlavní 139, 788 33 Hanušovice

6.1.7 Zakázky

Tato oblast žádosti o podporu popisuje nutnost existence a provedení výběrových řízení na pořizované vybavení.

	specifikace	druh zakázky	hodnota zakázky	druh zadávacího řízení
Zakázka č.1	nákup užitkového vozu	dodávky	750 000kč	Zakázka malého rozsahu - výběrové řízení mimo režim zákona o zadávání veřejných zakázek
Zakázka č.2	bedýnky	dodávky	500kč x 20 ks	
Zakázka č.3	vitríny s chlad.zařízením	dodávky	250 000kč x 2 ks	
Zakázka č. 4	marketingová propagace	služby	200 000kč	

Tabulka 2 členění zakázek potřebné k projektu (zdroj: vlastní zpracování)

Touto kapitolou bych chtěla poděkovat Ing. Anně Bartošové (ředitelka MAS Horní Pomoraví) za odbornou konzultaci, co se týče sestavování potřebného rozpočtu k návrhu projektu, podle reálné žádosti Portál Farmáře.

6.1.8 Struktura financování projektu

Celkové výdaje projektu		1 460 000,00Kč
Výdaje, na které není požadována dotace		200 000,00Kč
Celkové výdaje projektu, na které může být poskytnuta dotace		1 260 000,00Kč
Výdaje, ze kterých je stanovena dotace		1 260 000,00Kč
Procento dotace	50%	630 000,00Kč
Výdaje pro spolufinancování (dotace)		
Příspěvek společenství (EU)	64%	403 200,00Kč
Příspěvek z národních zdrojů	36%	226 800,00Kč
Soukromé výdaje		630 000,00Kč

Tabulka 3 členění rozpočtu projektu (zdroj: vlastní zpracování)

6.1.9 Preferenční kritéria pro výběr projektu

	body
Preferenční kritéria	
Počet vytvořených pracovních míst v rámci projektu - pracovní místo může být vytvořeno až 6 měsíců po proplacení dotace	10
Podpora regionální ekologické produkce (bio produkty)	10
Výše celkových způsobilých výdajů projektu	0
Součástí projektu je investice do zkrácení dodavatelského řetězce v rámci místních trhů	30
Nepodpořený žadatel v SCLLD MAS Horní Pomoraví	20
Podpora místního rozvoje - přínos žadatele pro region	20
Součet	90
Minimální počet bodů	35

Tabulka 4 preferenční kritéria pro výběr projektu (zdroj: vlastní zpracování)

Proces hodnocení probíhá tak, že již v žádosti si žadatel ohodnotí vlastní projekt body a následně při procesu hodnocení v rámci MAS hodnotí projekt Výběrová komise. Body buď potvrdí nebo upraví.

6.1.10 Doplnující údaje o žadateli

Typ žadatele: právnícká osoba

Velikost podniku: mikro

Počet zaměstnanců: 1

Katastrální území: Hanušovice

Oblast intervence: Ostatní méně příznivé oblasti (typy 01-03)

Datum vzniku právnícké osoby: 01. 01.2021

Účetní období:	-
Roční obrat:	-
Cílová skupina projektu:	zemědělci, potravináři

V závěrečné části žádosti o dotaci podepisuje každý žadatel čestné prohlášení, které obsahuje údaje o pravdivosti a přijatelnosti žádosti.

6.1.11 Čestné prohlášení žadatele- právnické osoby při podání Žádosti o dotaci z Programu rozvoje venkova ČR

- prohlašuji, že všechny informace uvedené v Žádosti o dotaci jsou pravdivé,
- prohlašuji, že mám k datu podání Žádosti o dotaci vypořádány veškeré splatné závazky vůči SZIF,
- prohlašuji, že předložený projekt je v souladu s platnou úpravou,
- prohlašuji, že v Žádosti uvedená právnická osoba k datu podání Žádosti o dotaci není v likvidaci,
- prohlašuji, že na právnickou osobu uvedenou v Žádosti o dotaci k datu podání této Žádosti nebylo soudem vydáno rozhodnutí o úpadku a způsobu jeho řešení podle zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení (insolvenční zákon), ve znění pozdějších předpisů
- prohlašuji, že výdaje financované z PRV nejsou současně financovány formou příspěvků ze strukturálních fondů, z Fondu soudržnosti nebo jiného finančního nástroje Unie,
- prohlašuji, že k datu podání Žádosti o dotaci, není předmět projektu zatížen žádnými právy třetích osob, které by znemožňovaly právnické osobě provozovat předmět projektu vlastním jménem a na vlastní odpovědnost.

Výše uvedená čestná prohlášení žadatel dotace prohlašuje k datu podání Žádosti o dotaci.

ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo navrhnout projekt, díky němuž dojde ke zvýšení povědomí široké veřejnosti a dané tématice regionálních produktů ekologického zemědělství. Tento projekt může přispět k podpoře prodeje regionálních produktů eko – zemědělství na území MAS Horní Pomoraví.

Z výsledků analýzy, která proběhla ve formě rozhovorů s jednotlivými respondenty, kteří uvedly že odbyt jejích výrobků v rámci regionů je velmi malý, a že tento fakt by bylo dobré napravit. Dále bylo zjištěno, že nevznikají příležitosti pro místní podnikatele a je potřeba rozšířit tak okruh odběratelů v rámci regionu.

Jednotlivé subjekty uvedly, že by stálo za přínos tuto problematiku nějakým způsobem zlepšit, či najít jiný výchozí bod. Přínosem pro území MAS Horní Pomoraví, by mohla vzniknout kampaň, která by lidem přiblížila povědomí těchto produktů ekologického zemědělství a celkově podporu ze strany veřejnosti.

Dále se zde věnuji analýze krátkých dodavatelských řetězců a trhu regionálních produktů ekologického zemědělství, s cílem sestavení nabídky bio produkce v bedýnkách. Poslední část mé bakalářské práce je věnována návrhu projektu podpory prodeje regionálních produktů ekologického zemědělství na území MAS Horní Pomoraví. Pro tuto část byl využit systém pro podávání žádostí o podporu z oblasti zemědělské produkce a potravinářství. Návrh projektu je členěn dle jednotlivých kapitol reálné žádosti, která je dostupná na Portálu Farmáře Ministerstva zemědělství České republiky.

Návrh projektu byl sestaven na základě reálné žádosti o dotaci z Programu rozvoje venkova, je vygenerovaná z Portálu farmáře a vychází z podmínek výzvy MAS Horní Pomoraví pro předkládání žádostí o dotaci.

Na základě výsledků práce bylo dosaženo stanovených dílčích cílů a výchozí bod přispěl k tvorbě návrhu projektu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ČADILOVÁ, Kateřina. Regionální značení napříč Evropou. 1.vyd. Praha: Asociace regionálních značek, 2011, 1 s. ISBN 978-80-254-9506-3.

ČERVENKA, J., KOVÁŘOVÁ, K., Biopotraviny. 1.vyd.Praha, Česká zemědělská univerzita; Provozně ekonomická fakulta.2005,111 s. ISBN 80-213-14014-4.

DABBERT, Stephan, Anna Maria HARING a Raffaele ZANOLI. Organicfarming: Policies and prospects. 1st ed. London: Zedbooks, 2013, 16 p. ISBN 978-18-4813-746-2.

DUŠEK, Jiří. Udržitelný rozvoj v kontextu rozvoje regionů, obcí a států. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2014, 12 s. ISBN 978-80-87472-71-2.

HRABALOVÁ, Andrea, Ročenka ekologického zemědělství v České republice. 9.vyd. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2019, 38 s. ISBN 978-80-7434-597-5.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. Marketing management. 4. vyd. Překlad Tomáš Juppa, Martin Machek. Praha: Grada, 2013,213 s. ISBN 978-80-247-4150-5

KOTLER, Philip. Marketing management. 10. rozšiř. vyd. Praha: Grada, Profesionál. 2001 108 s. ISBN 80-247-0016-6.

KAŽMIERSKI, Tomáš, Značení regionálních produktů v České republice: Metodický materiál pro učitele Brno: Lipka-Školské zařízení pro enviromentální vzdělávání, 1.vyd. 2013, 13 s. ISBN 978-80-87604-55-7.

LONG, Lucy M., CoulinaryTourism 2nd. ed. Lexington, KY: University Pressof Kentucky,2013 26 p.ISBN 978-08-1314-378-1.

RICHTER, Tobias, 2012. International Marketing Mix Management, 1st.edBerlin: DeutschenNationalbibliografie, 2012, 51p. ISBN 978-3-8325-3098-3.

ŠARAPATKA, Bořivoj a Jiří URBAN. Ekologické zemědělství v praxi. Šumperk: PRO-BIO, 2006.13s. ISBN 978-80-903583-0-0.

ŠARAPATKA, Bořivoj a Jiří URBAN. Ekologické zemědělství v praxi. Šumperk: PRO-BIO, 2006.41s. ISBN 978-80-903583-0-0.

ŠARAPATKA, Bořivoj a Jiří URBAN. Ekologické zemědělství v praxi. Šumperk: PRO-BIO, 2006.17s. ISBN 978-80-903583-0-0.

ŠARAPATKA, Bořivoj a Jiří URBAN. Ekologické zemědělství v praxi. Šumperk: PRO-BIO, 2006.33s. ISBN 978-80-903583-0-0.

ABCERT se představuje, © 2012. *Abcert* [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: <https://www.abcert.cz/>

Asociace regionálních značek, © 2010-2021. Asociace regionálních značek [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: <https://www.regionalni-znacky.cz/arz/cs/o-nas/>

Agrodružstvo Zábřeh, 2013. *Agdz* [online]. [cit. 2021-5-29]. Dostupné z: <http://www.agdz.cz/o-nas/>

Agrisens.r.o, 2015. Nasebiofarma [online]. [cit. 2021-5-29]. Dostupné z: <http://www.nasebiofarma.cz/farmy/11-farma-agrisen.html>

Biopotraviny - nejbezpečnější a nejvíce kontrolované potraviny, 2017. *PROBIO* [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: <https://www.probio.cz/cs/probio-svet/blog/biopotraviny-jsou-nejbezpecnejsi-a-nejvice-kontrolovane-potraviny-na-trhu-10013>

Bioprodukty, © 2021. Prozdрави [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: <https://www.prozdрави.cz/prirodni-bio-produkty/>

Biopotraviny (BIO), © 2021. Bezpecnostpotravin [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: [https://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-\(bio\).aspx](https://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-(bio).aspx)

Biopotraviny: kolik stojí a kde je nakupovat, 2009. Nazeleno [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: <https://www.nazeleno.cz/bio/biopotraviny-1/biopotraviny-kolik-stoji-a-kde-je-nakupovat.aspx>

Co je podpora prodeje, 2014. Vseomarketingu [online]. [cit. 2021-5-23]. Dostupné z: <https://vseomarketingu.estranky.cz/clanky/marketing/uvod-do-podpory-prodeje.html>

Co pro vás vyrábíme, © 2021. Probio [online]. [cit. 2021-5-28]. Dostupné z: <https://www.probio.cz/cs/probio-svet/o-nas>

Farma Branná – Poznej svého farmáře, 2018. *Turistika* [online]. [cit. 2021-5-28]. Dostupné z: <https://www.turistika.cz/mista/farma-branna-poznej-sveho-farmare/detai>

Grafický znak BIO, 2006. Bezpecnostpotravin [online]. [cit. 2021-5-20]. Dostupné z: <https://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/91999.aspx>

Historie Společnosti BureauVeritas, © 2021. Bureauveritas [online]. [cit. 2021-6-7]. Dostupné z: <https://www.bureauveritas.cz/o-nas>

Charakteristika okresu Šumperk, © 2000 - 2021. Český Statistický úřad [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11276/17843188/okres_Sumperk.pdf/5bcf66b0-f0e9-4e9e-bde0-c04bb737f6fe?version=1.1

Jeseníky originální produkt, © 2010-2021. Asociace regionálních značek [online]. [cit. 2021-5-24]. Dostupné z: <https://www.regionalni-znacky.cz/jeseniky/>

Kontrolní systém ekologického zemědělství, © 2009-2021. EAGRI: Zemědělství [online]. Ministerstvo zemědělství [cit. 2021-6-7]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/kontrolni-system/>

Kdo jsme, © 2009. Kez [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: <https://www.kez.cz/nabidka-sluzeb>

KOUŘIL, Milan, 2019. Krátké dodavatelské řetězce a místní trhy inspirace potravinových iniciativ v ČR. EAGRI [online]. [cit. 2021-5-30]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/638375/Kouril_14102019.pdf

MAS Horní Pomoraví o.p.s., ©2021. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [cit. 2021-5-24]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/regionalni-rozvoj/informace,-aktuality,-seminare,-pracovni-skupiny/psur/vyzva-c-2/mas/mas-horni-pomoravi-o-p-s>

MOUDRÝ, Jan, © 2021. Ecologica: Základní principy ekologického zemědělství. Zemědělská fakulta: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích [online]. [cit. 2021-6-7]. Dostupné z: <http://www2.zf.jcu.cz/~moudry/ecologica/principy.pdf>

Marketing regionálních produktů, 2016. Atedcesky [online]. [cit. 2021-5-22]. Dostupné z: <http://farma.atedcesky.cz/>

O společnosti, 2019. Biokont [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: https://www.biokont.cz/wordpress/wp-content/uploads/2019/02/O_spolecnosti_Biokont.pdf

O farmě, ©2021. Farmadroz dov [online]. [cit. 2021-5-29]. Dostupné z: <http://www.farmadroz dov.cz/o-farme/>

O nás PROBIO, ©2021. Probio [online]. [cit. 2021-5-28]. Dostupné z: <https://www.probio.cz/cs/probio-svet/o-nas>

PODPORA KVALITNÍCH POTRAVIN, © 2013. Szif [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: <https://www.szif.cz/cs/kvalitni-potraviny>

- PROČ KUPOVAT BIOPOTRAVINY, 2016. Coopclub [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: https://www.coopclub.cz/zdravy_zivotni_styl/proc-kupovat-biopotraviny/
- Regionální značky a certifikace, 2010. Lokalni-ekonomika [online]. [cit. 2021-5-20]. Dostupné z: http://www.lokalni-ekonomika.cz/marketing/regionalni_znacky.html
- Prodej masa, 2019. Statekwinter [online]. [cit. 2021-5-28]. Dostupné z: <http://statekwinter.cz/prodej-masa/>
- Územní působnost Místní akční skupiny Horní Pomoraví, 2014. MAS Horní Pomoraví [online]. [cit. 2021-5-23]. Dostupné z: <https://mashp.cz/wp-content/uploads/2021/02/mas-statut-partnerstvi-final-2021-pouze-premysl.pdf>
- Území MAS, 2014. MAS Horní Pomoraví [online]. [cit. 2021-5-23]. Dostupné z: <https://mashp.cz/wp-content/uploads/2021/02/mas-statut-partnerstvi-final-2021-pouze-premysl.pdf>
- Zázemí pro MAS Horní Pomoraví, 2015. MAS Horní Pomoraví [online]. [cit. 2021-5-24]. Dostupné z: <https://mashp.cz/zazemi-mas/>
- Značka regionální produkt, © 2021. Regionalni-znacky [online]. [cit. 2021-6-10]. Dostupné z: <https://www.regionalni-znacky.cz/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AEO Authorised Economic Operator

BIO Bez přidaných chemických látek

BIO SUISSE Organizací ekologického zemědělství ve Švýcarsku

DDT Aromatická halogensloučenina (organochlorid)

EKO Ekologicky šetrné výrobky

EPOS Spolek poradců ekologického zemědělství

EU Evropská Unie

EZ Ekologické zemědělství

FOA Nadační fond pro ekologické zemědělství

JZD Jednotné zemědělské družstvo

PRV Program rozvoje venkova

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Grafický znak bioproduktů a biopotravin(Grafický znak BIO, 2006)	23
Obrázek 2 mapa regionů České republiky (Asociace regionálních značek, © 2010-2021)	69
Obrázek 3 mapa území MAS Horní Pomoraví (Území MAS, 2014).....	70

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 položky potřebné k realizaci projektu.....	53
Tabulka 2 členění zakázek potřebné k projektu.....	53
Tabulka 3 členění rozpočtu projektu	54
Tabulka 4 preferenční kritéria pro výběr projektu.....	55

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha PI: Otázky z pohovoru s Ing. Hanou Olejníkovou	66
Příloha PII: Otázky z pohovoru s Ing. Martinem Hutařem.....	67
Příloha PIII: Otázky z pohovoru s Ing. Františkem Hutařem	68
Příloha VI: Mapa regionů České Republiky	69
Příloha V: Mapa území MAS Horní Pomoraví	70

PŘÍLOHA P I. UKÁZKA OTÁZEK Z POHOVORU S ING. HANOU OLEJNÍKOVOU

Otázky z rozhovoru s Hanou Olejníkovou zas MAS Horní Pomoraví

Uveďte, kdo jsou, podle Vás, nejdůležitější aktéři v produkci, zpracování a prodeji regionálních produktů ekologického zemědělství na území MAS Horní Pomoraví a popište jejich význam pro rozvoj tohoto odvětví národního hospodářství na Vašem území?

Představte a případně popište příklady dobré praxe, kdy na území MAS Horní Pomoraví docházelo nebo dochází k propojení produkčních a mimoprodukčních funkcí ekologického zemědělství ve vztahu k regionálním produktům, tzn. např. propojení výroby a prodeje těchto produktů v rámci cestovního ruchu – stravování pro ubytované hosty, pohostinské služby, a maloobchodní prodej ze dvora?

Existují na území MAS Horní Pomoraví místní zpracovatelské a distribuční sítě těchto produktů? Jaký byl jejich vývoj, jaký je jejich současný stav a jaké byly, resp. jsou jejich dlouhodobé rozvojové problémy?

Jakou roli a význam zastávají regionální produkty ekologického zemědělství v rozvoji MAS v podhorských a horských oblastech, tedy v tzv. znevýhodněných oblastech pro zemědělství?

PŘÍLOHA P II: UKÁZKA OTÁZEK Z POHOVORU S ING. MARTINEM HUTAŘEM

Otázky k rozhovoru s Ing. Martinem Hutařem za PRO-BIO, s. r. o.

Vaše firma PRO-BIO je největším producentem a výrobcem biopotravin v České republice, je tento fakt znám pro místní podnikatele? Jaké příležitosti dáváte místním podnikatelům?

Pandemie COVID 19 ovlivnila značnou část podnikatelských subjektů, jak se konkrétně dotkla vaší společnosti? Měla za následek snížení/zvýšení vašeho odbytu z pohledu jeho odvětvové a územní struktury, a jaké očekáváte dlouhodobé dopady pandemie na hospodaření a obchodní model Vaší společnosti?

Jaké příležitosti odbytu vašich výrobků spatřujete v místních firmách (jako např. pekárny, pekařství, maloobchodní řetězce, jednotlivé prodejny potravin, restaurační zařízení) a jaká je dostupnost Vašich výrobků pro místní podnikatele a konečné spotřebitele?

Pokud takovéto příležitosti existují, pak je, prosím, specifikujte, a případně uveďte případě kterým místním firmám své výrobky dodáváte, a jaké v této distribuci shledáváte příležitosti a hrozby v krátkodobém a střednědobém období z pohledu Vaší obchodní strategie?

Zhodnoťte Vaše zkušenosti v příjmem veřejné podpory v posledních dvou letech, resp. za předchozí programové období let 2014-2020, a naznačte, jaké změny by bylo vhodné realizovat za účelem její vyšší efektivity. Spolupracujete s místní akční skupinou MAS Horní Pomoraví? V případě, že ano, jakým způsobem, a jaké vidíte příležitosti ve spolupráci do v krátkodobém či střednědobém horizontu?

PŘÍLOHA P III: UKÁZKA OTÁZEK Z POHOVORU S ING. FRANTIŠKEM WINTEREM

Otázky z rozhovoru s Ing. Františkem Winterem za Společnost Winter v.o.s.

Vaše společnost Winter se zabývá zemědělskou a také živočišnou výrobou, která je specifická, v tom, že vaše výrobky certifikované o jejich původu tedy BIO. Také provozujete porážku a bourárnu masa.

Jaké příležitosti odbytu vašich výrobků spatřujete v místních firmách (jako např. uzenářství, maloobchodní řetězce, jednotlivé prodejny potravin, restaurační zařízení) a jaká je dostupnost Vašich výrobků pro místní podnikatele a konečné spotřebitele? Pokud takovéto příležitosti existují, pak je, prosím, specifikujte, a případně uveďte případy kterým místním firmám své výrobky dodáváte, a jaké příležitosti a hrozby v této distribuci shledáváte v krátkodobém a střednědobém období z pohledu Vaší obchodní strategie?

Pandemie COVID 19 ovlivnila značnou část podnikatelských subjektů, jak se konkrétně dotkla vaší společnosti?

Měla za následek snížení/zvýšení vašeho odbytu z pohledu jeho odvětvové a územní struktury, a jaké očekáváte dlouhodobé dopady pandemie na hospodaření a obchodní model Vaší společnosti?

Vaše společnost provozuje porážku a bourárnu masa, která je zatím jediným ekologicky certifikovaným provozem v Olomouckém kraji. Jak vnímáte tento fakt z pohledu Vaší konkurenční výhody oproti ostatním podnikatelským subjektům?

Je možnost si zakoupit vaše produkty, přímo v místě jejich výroby, tj. Vysokých Žibřidovicích? Jakými způsoby podporuje Vaše společnost prodej svých výrobků konečnému spotřebiteli?

Spolupracujete s místní akční skupinou MAS Horní Pomoraví? V případě, že ano, jakým způsobem, a jaké vidíte příležitosti ve spolupráci do v krátkodobém či střednědobém horizontu

PŘÍLOHA P VI: MAPA REGIONŮ ČESKÉ REPUBLIKY



Obrázek 2 mapa regionů České republiky (Asociace regionálních značek, © 2010-2021)

PŘÍLOHA V.: MAPA ÚZEMÍ MAS HORNÍ POMORAVÍ



Obrázek 3 mapa území MAS Horní Pomoraví (Území MAS, 2014)