

PROBLEMATIKA DISTRIBUCE BIOPRODUKTŮ

PROBLEMS OF THE ORGANIC PRODUCTS DISTRIBUTION

Iva Živělová, Jaroslav Jánský

Anotace:

Příspěvek je zaměřen na odbyt bioproduktů zejména z pohledu nejčastějších odbytových cest, a to jak v České republice, tak ve vybraných evropských státech. Pozornost je věnována i struktuře nabídky bioproduktů a s tím související problematice zpracování.

Klíčová slova:

biopotraviny, distribuce biopotravin, nabídka biopotravin

Abstract:

The paper is focused on the sales of the organic products mainly by the point of view of the most common distribution channels and in the Czech Republic as well as in the chosen European countries. The attention is paid also to the structure of the supply of the organic products and accompanying processing problems.

Key words:

organic foodstuff, distribution of organic foodstuff, supply of organic foodstuff

ÚVOD

Problematika zpracování a distribuce bioproduktů patří v České republice stále k nejslabším článkům systému ekologického zemědělství. Proto k hlavním cílům Akčního plánu pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010 patří zejména podpora oblastí zpracování a odbytu bioproduktů, včetně zvýšení poptávky spotřebitelů po biopotravinách.

MATERIÁL A METODY

Příspěvek uvádí dílčí výsledky výzkumu řešeného v rámci výzkumného projektu NAZV QF 3278 „Objektivizace vývoje nabídky a poptávky po ekologických produktech a možnosti jejího ovlivňování“.

Cílem příspěvku je analýza odbytu bioproduktů z pohledu struktury nabídky a nejčastějších distribučních cest, a to nejen v České republice, ale i v některých evropských státech. K vybraným státům patří Německo, Dánsko, Švýcarsko, Velká Británie a Rakousko. Cesty distribuce formou prodeje biopotravin v obchodní síti byly zjišťovány formou dotazníku.

VÝSLEDKY A DISKUSE

DISTRIBUCE BIOPRODUKTŮ V ČESKÉ REPUBLICE

Objem trhu s bioprodukty v České republice není sice prozatím příliš velký, skýtá však předpoklad dalšího rozšíření. Neuspokojivá je struktura nabídky bioproduktů, některé produkty na trhu zcela chybí. Poptávka není uspokojena zejména u živočišných produktů, a to mléčných výrobků, drůbežního a vepřového masa a vajec, chybí však i zelenina, ovoce, brambory, chléb a pečivo a další. Nedostatek biopotravin je řešen pomocí dovozů, kdy v roce 2005 byly biopotraviny dovezeny z 19 zemí, a to nejen ze zemí EU, ale i z Japonska, Číny,

Paraguaye, Turecka a dalších. V dovozu převažují zejména cereální výrobky, pochutiny, luštěniny, nápoje a čaje. Překážkou pro zvyšování nabídky je výrobní struktura ekologických farem, nedostatečné zpracovatelské kapacity i málo rozvinuté distribuční kanály.

Rozšíření zpracovatelských kapacit brání zejména přísná hygienická pravidla a normy, které vyžadují oddělené zpracování ekologických produktů od produktů konvenčních. Vzhledem k menším zpracovávaným množstvím bioproduktů se jeví budování specializovaných provozoven jako neekonomické a mnoho bioproduktů je nakonec zpracováno v potravině konvenční. Přesto však počet výrobců biopotravin narůstá. Zatímco v roce 2001 jich bylo pouze 75, v roce 2004 se počet zvýšil na 116 a v roce 2005 již dokonce na 125. Stále je však zpracovatelská kapacita nedostatečná.

S otázkou zpracování bioproduktů úzce souvisí problém jejich odbytu (Živělová 2005). Odbytové cesty jsou odvislé od druhu bioproduktu. K dalšímu zpracování jsou předávány především obilniny, ale také hrách, len, tykev olejná, různé byliny apod. Další produkty, jako např. brambory z rostlinných produktů, ale zejména pak všechny produkty živočišného původu, jsou částečně předávány k dalšímu zpracování, částečně jsou již přímo prodávány.

Odbyt bioproduktů zajišťují ekologičtí zemědělci především pomocí krátkodobých smluv, případně využívají nahodilé poptávky. Jen velmi málo ekologicky podnikajících subjektů má možnost zajistit odbyt svých produktů dlouhodobějšími smlouvami.

Cesty bioproduktů na spotřebitelský trh jsou různé. K hlavním distribučním cestám patří přímý prodej na farmách, prodej v prodejnách se zdravou výživou, ve specializovaných bioprodejnách a prodej v supermarketech či hypermarketech.

Přímý prodej na farmách je realizován zejména u brambor, mléka a mléčných výrobků, masa a biovína. Výhodou tohoto způsobu prodeje je navázání kontaktu farmářů s konečnými spotřebiteli a možnost ovlivnění jejich dalšího rozhodování o nákupu biopotravin cestou zvýšení jejich informovanosti. K tomuto způsobu prodeje lze zařadit i samosběr bioproduktů zákazníky, což je realizováno zejména u ovoce a zeleniny. Tento způsob je některými spotřebiteli upřednostňován. Za přímý prodej je možno považovat i prodej na trzích, který však v České republice není dosud příliš rozšířen.

Prodej biopotravin v prodejnách se zdravou výživou je v České republice dostatečně rozšířen. Tyto obchody nabízejí široký sortiment biopotravin, zahrnující chléb, pečivo, mléko a mléčné výrobky, mouku, vločky, kozi výrobky, oleje, čaje, těstoviny a sušenky, v roce 2005 se v sortimentu objevila i pohanka a pšenice špalda.

Specializované obchody s biopotravinami se v České republice vyskytují zatím pouze ojediněle.

Prodej prostřednictvím supermarketů a hypermarketů nabývá na významu, i když v České republice, ve srovnání s jinými státy, není ještě na požadované úrovni. Dle provedeného průzkumu (Živělová, Jánský, Janáková 2005) supermarkety Albert, Hypernova, Julius Meinl a Penny Market se prodejem biopotravin nezabývají vůbec, z důvodu zaměření na konvenční produkty, po nichž je větší poptávka. Poměrně dlouho má bioprodukty do nabídky zařazen Carrefour a Globus, rovněž Tesco Stores. Uvedené obchodní řetězce nabízejí chléb, pečivo, mléko, mléčné výrobky, hovězí, vepřové a drůbeží maso, mouku, těstoviny, ovoce, zeleninu, kávu, víno a další, i když uvedený sortiment není u všech realizován v celé šíři.

Podíl biopotravin na celkových tržbách je ve všech uvedených supermarketech a hypermarketech velmi nízký. Biopotraviny jsou považovány pouze za doplňkové zboží, které v tržbách prodejen nedosahuje ani 1%. Většina obchodníků si zajišťuje vlastní propagaci biopotravin. Možnosti rozšíření prodeje biopotravin jsou odvislé od zvýšení poptávky spotřebitelů. Zde je možno za jeden z hlavních faktorů považovat potřebu zintenzivnění propagace biopotravin tak, aby spotřebitelé ocenili přínos biopotravin a byli ochotni za kvalitní potraviny zaplatit vyšší cenu.

DISTRIBUCE BIOPRODUKTŮ V VYBRANÝCH EVROPSKÝCH STÁTECH

Německo

V Německu došlo v posledních letech k velmi rychlému rozvoji ekologického zemědělství, jehož plocha má do roku 2010 zaujímat 20% celkové zemědělské půdy. Ke splnění tohoto úkolu byla přijata řada opatření, která jsou zahrnuta v celostátním agroekologickém programu. Zvyšuje se i spotřebitelská poptávka, a to zejména po bramborách, mléku, vejcích, zelenině a chlebu. U těchto produktů se jejich spotřeba pohybuje mezi 2 – 5% z celkové spotřeby. Ze zeleniny patří mezi nejžádanější biomrkev a biocibule (Živělová, Jánský 2005).

Němečtí spotřebitelé však preferují cenu před garancí kvality a zdravotní nezávadnosti produktů a nakupují spíše dovážené levnější bioprodukty. Této tendenci se aktivně brání svazy ekozemědělců snahou o zajištění preference domácích bioznaček. I přes uvedené problémy lze konstatovat zvyšování prodeje biopotravin. Přispívá k tomu i zařazení bioproduktů do sortimentu nejen supermarketů, ale i diskontů, tzn. obchodních řetězců s nižší cenovou úrovní prodávaného zboží. V roce 2005 nakoupili němečtí spotřebitelé bioprodukty za 4 mld. EUR, což je téměř dvojnásobek obrátu v roce 2000.

K nejdůležitějším distribučním cestám patří vedle supermarketů a diskontů prodej v obchodech s přírodními potravinami, přímý prodej na farmách, v prodejních stáncích a rozvázkový prodej, který je využíván především při distribuci ovoce a zeleniny. Bioprodukty jsou v Německu prodávány i na dalších prodejních místech, např. v pekařství a řeznictví. Velmi malé množství biopotravin je vyváženo. I přes určité problémy, související zejména s nižší konkurenceschopností německých farmářů vůči nižším cenám dovážených bioproduktů, patří německý trh s bioprodukty k největším trhům.

Dánsko

Dánsko patří mezi země EU s největším podílem ekologických farem na celkovém počtu farem. Od roku 1993 se výrazně zvýšily tržby za biopotraviny. Přispěl k tomu zejména postup největšího řetězce supermarketů COOP, který podstatně snížil prodejní ceny biopotravin, což mělo za následek zvýšení tržní poptávky spotřebitelů. Poptávka se zaměřuje zejména na mléko, kdy spotřeba biomléka představuje 20% celkové spotřeby mléka. Z dalších biopotravin je v popředí poptávky mouka, vejce, ovoce a zelenina. K nejčastějším formám distribuce patří, vedle prodeje prostřednictvím supermarketů, i prodej maloobchodní, na farmářských trzích a prodej formou dovážky do domu na základě objednávky spotřebitele. Dánský trh s biopotravinami roste jako důsledek preference moderního životního stylu, k němuž bezesporu patří i vztah k vlastnímu zdraví a k ochraně přírody.

Švýcarsko

Švýcarsko patří ke státům s vysokou spotřebou biopotravin. V poptávce po biopotravinách je na prvním místě mléko a mléčné výrobky, zejména jogurty a sýry, dále ovoce a zelenina, vysoká je i poptávka po obilí, pečivu, masu a nápojích. V důsledku velkého distribučního úsilí dvou dominantních řetězců supermarketů COOP a MIGROS je nabídka bioproduktů velmi široká. Spotřebitelé ve Švýcarsku výrazně preferují biopotraviny jako potraviny zdravější a produkované v souladu s přírodou. Nevýhodu vyšších cen považují za méně důležitou.

Největším distributorem biopotravin ve Švýcarsku je síť supermarketů COOP, která s tržním podílem 32% švýcarského trhu potravin již dosahuje podílu za biopotraviny 8% ze svých celkových tržeb. V některých kategoriích však biopotraviny vykazují podíl daleko vyšší, např. mléko 50%, jogurty 60%, máslo 39%, mrkev 35% a chléb 29% na celkových tržbách dané komodity. K dalším distributorům patří obchody s přírodními potravinami, prodej

v maloobchodních prodejnách a supermarketech MIGROS. Důležitou roli hraje i přímý prodej na farmách a místních trzích.

Velká Británie

Velká Británie je, po USA a Německu, třetím největším odbytovým trhem biopotravin, který dále vykazuje růst. Obrat na tomto trhu dosahuje okolo 1,6 mld. EUR. Velká část poptávky po biopotravinách je uspokojována dovozem, který je zvláště výrazný u ovoce a zeleniny, kde dovoz představuje více než 80% celkového množství bioovoce a biozeleniny prodané ve Velké Británii. I přes zvyšující se domácí produkci je dováženo mléko, máslo, vepřové a drůbeží maso a obilí.

Hlavním faktorem, motivujícím ve Velké Británii spotřebitele k nákupu biopotravin, je preference zdraví. Spotřebitelé u bioproduktů oceňují kvalitu potravin, pozitivní vliv na životní prostředí i na životní podmínky zvířat. Přesto však i zde mnozí spotřebitelé požadují více informací jako předpoklad zvyšování nákupů biopotravin.

Ke zvýšení spotřeby biopotravin významně přispělo i zvýšení jejich dostupnosti rozšířením prodeje do supermarketů. Supermarkety využívají moderních forem prodeje i cestou internetového prodeje, který zvyšuje informovanost spotřebitelů o původu biopotravin. Tento způsob prodeje je využíván u ovoce, zeleniny, brambor, masa a mléka.

Rakousko

Rakousko je v zemích EU na prvním místě co do podílu ekologicky obhospodařované plochy na celkové zemědělské půdě. K výraznému zvýšení poptávky po biopotravinách došlo v letech 2000 – 2003, kdy vzrostl zájem spotřebitelů o biopotraviny. Roční tempo růstu je dohadováno na 10 – 15%. Největší poptávka je vykazována po másle, ovoci, bramborách, především však po jogurtech a vejcích. Podíl biovajec na celkové spotřebě vajec v Rakousku dosahuje téměř 25%.

Hlavní odbytovou cestu představuje prodej v supermarketech, důležitý je i prodej v obchodech se zdravou výživou a přímý prodej na farmách. Prodej cestou obchodů se zdravou výživou mění v současné době v Rakousku svou podobu. Obchody se zdravou výživou zaplňují prostor mezi supermarketem a prodejem na farmách a tržištích. Z obchodů se zdravou výživou vyrůstají ekologické supermarkety se širokou škálou výrobků a s prodejními plochami většími než 300 m². Tento způsob odbytů spojuje výhody tradičních supermarketů s výhodami obchodů se zdravou výživou a přispívá ke zvyšování informovanosti spotřebitelů. I v Rakousku však přetrvává potřeba další výchovy spotřebitelů k ocenění hodnoty bioproduktů a ochotě platit za ně vyšší cenu.

ZÁVĚR

Spotřeba biopotravin v Evropě představuje téměř polovinu jejich světové produkce. Nejvíce biopotravin je spotřebováváno v Německu a ve Velké Británii, roste však poptávka i v dalších zemích, včetně České republiky. Zvyšuje se dostupnost biopotravin pro spotřebitele, především rozšiřováním jejich sortimentu v nabídce supermarketů. Ve většině zemí se zlepšuje i prezentace a značení biopotravin. I přes rostoucí vliv supermarketů zůstává významné místo ve způsobech odbytů i přímému prodeji na farmách. Tento způsob prodeje je pro spotřebitele významný zejména z pohledu jejich důvěry v kvalitu biopotravin.

Český trh s biopotravinami je možno rovněž charakterizovat jako trh rostoucí. Nedostatečná je však nabídka, zejména z pohledu své struktury. Uspokojena není především poptávka po čerstvém ovoci a zelenině, mléku a mléčných výrobcích, vepřovém a drůbežím masu, vejcích a pečivu. Tohoto nedostatku využívají zahraniční zpracovatelé a dodavatelé.

I přes pozitivní vývoj poptávky na trhu s biopotravinami zůstává ve všech státech včetně České republiky trvalým úkolem zvyšování informovanosti spotřebitelů jako jeden z hlavních faktorů podmiňujících rozhodování o nákupu biopotravin.

LITERATURA

- Živělová, I.: *Current situation of demand for organic products in the Czech Republic*. Zemědělská ekonomika, č. 7, 50, 2005, s. 304 – 308. ISSN 0139-570X
- Živělová, I., Jánský, J.: Market for organic foodstuffs in the Czech Republic and in next states Europe. In *Beijing International Conference on Applied Business Research*. Peking, Čína: University of International Business and Economics, 2005, s. 9--13.
- Živělová, I., Jánský, J., Janáková, R.: Některé poznatky o trhu s biopotravinami v České republice. In *Sborník příspěvků z mezinárodního vědeckého semináře „Management a ekonomika ekologické polnohospodářské výroby“*, hrubín 2006, s. 37-46. ISBN 80-8069-565-2
- Zpráva o stavu zemědělství ČR za rok 2004 (Zelená zpráva), MZe ČR, 2005

Adresa autorů:

Prof. Ing. Iva Živělová, CSc., Ústav podnikové ekonomiky, PEF, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, zivelova@mendelu.cz,

Doc. Ing. Jaroslav Jánský, CSc., Ústav podnikové ekonomiky, PEF, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, jansky@mendelu.cz,