

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/B/2022/36122176491321604

VYUŽITIE BIOPOTRAVÍN V ZARIADENIACH
CESTOVNÉHO RUCHU

Bakalárska práca

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

VYUŽITIE BIOPOTRAVÍN V ZARIADENIACH
CESTOVNÉHO RUCHU

Bakalárska práca

Študijný program: podnikanie v cestovnom ruchu a službách

Študijný odbor: ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra služieb a cestovného ruchu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Jana Gondárová, PhD.

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že som záverečnú prácu na tému Využitie biopotravín v zariadeniach cestovného ruchu vypracovala samostatne, s využitím vedomostí získaných počas štúdia, a uviedla všetku použitú literatúru.

V Bratislave, dňa 20.04.2022

Podpis študenta:

Pod'akovanie

Touto cestou by som sa chcela pod'akovať svojej školiteľke, Ing. Jane Gondárovej, PhD., za odbornú, priateľskú a promptnú pomoc kedykoľvek som potrebovala, počas celého vypracovávania práce. Rovnako tak ďakujem rodine, tej skutočnej, aj tej, ktorú som si vybrala dodatočne, a kamarátom, s ktorými sme boli počas celej doby písania práce na rovnakej lodi, za neustálu podporu, pomoc a rozosmievanie, keď bolo treba.

ABSTRAKT

STANKOVIČOVÁ, Romana: *Využitie biopotravín v zariadeniach cestovného ruchu*. – Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta; Katedra služieb a cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Jana Gondárová, PhD. – Bratislava: OF, 2022, 41 s.

Bakalárska práca je písaná na tému *Využitie biopotravín v zariadeniach cestovného ruchu*. Hlavným cieľom bakalárskej práce je priblížiť problematiku biopotravín a možností ich využitia vo sfére cestovného ruchu a následne navrhnúť odporúčania pre zaradenie biopotravín do jedálneho lístka vybraného stravovacieho zariadenia. Práca je rozdelená do štyroch kapitol obsahujúcich podkapitoly s bližšou špecifikáciou. Obsahuje 1 tabuľku vytvorenú pomocou vlastného spracovania údajov, 4 obrázky, 12 grafov a 1 prílohu, ktorou je dotazník. Prvá kapitola práce (spoločne so svojimi piatimi podkapitolami) je zameraná na objasnenie všeobecných pojmov v spojitosti s biopotravinami a ekologickým poľnohospodárstvom. Zameriava sa taktiež na vplyv využívania biopotravín na spoločnosť, bariéry ich využívania, spôsob ich certifikácie a charakterizovanie stravovacích zariadení v cestovnom ruchu. Rieši problematiku zaradenia biopotravín do jedálňičkov stravovacích zariadení. Druhá kapitola približuje cieľ práce a všetky čiastkové ciele stanovené počas jej tvorenia, dôležité pre získanie požadovaných výsledkov. Tretia kapitola sa zaoberá metodikou využitou pri písaní záverečnej práce a nami využitými metódami skúmania. Štvrtá, posledná kapitola, je zameraná na spracovanie finálnych výsledkov nami vykonaného spotrebiteľského prieskumu. Nachádzajú sa tu taktiež návrhy a odporúčania na implementáciu biopotravín do vybraného stravovacieho zariadenia. Výsledky riešenia zvolenej problematiky sú zhrnuté v závere.

Kľúčové slová: biopotraviny, ekologické poľnohospodárstvo, cestovný ruch, stravovacie zariadenia

ABSTRACT

STANKOVIČOVÁ, Romana: *Use of organic foods in tourism facilities*. - The University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Services and Tourism. - Thesis supervisor: Ing. Jana Gondárová, PhD. – Bratislava: OF, 2022, 41 p.

The bachelor thesis is written on the topic Use of organic food in tourism facilities. The main aim of the final work is to introduce the issue of organic foods and possibilities of its use in area of tourism, and subsequently to suggest recommendations for the possible integration of organic foods into the menu of the chosen catering facility. The thesis is divided into four chapters containing subchapters with more detailed specification. It contains 1 table created by own data processing, 4 images, 12 graphs and 1 appendix, which is a questionnaire. The first chapter of the thesis (together with its five subchapters) is focused on clarifying the basic terms related to organic food and organic farming. It also examines the impact of usage of organic food on society, barriers to its use, methods of its certification and the characterization of catering facilities in tourism. It deals with the issue of integration of organic food into the menus of catering facilities. The second chapter introduces the aim of the thesis and all the partial objectives set during its creation, important for obtaining the desired results. The third chapter deals with the methodology used while writing the thesis and the research methods we used. The fourth (last) chapter is focused on the processing of the results of the consumer survey carried out by us. Suggestions and recommendations for the implementation of organic food in the selected catering facility can also be found here. The results of solving the selected problem are summarized in the conclusion.

Key words: organic food, ecological agriculture, tourism, catering facilities

Obsah

Úvod	9
1. Súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí.....	10
1.1 Vysvetlenie základných pojmov	10
1.2 Vplyv biopotravín a ekologického poľnohospodárstva na celkový stav spoločnosti	11
1.3 Faktory ovplyvňujúce rozhodovanie spotrebiteľov	13
1.4 Označenie, kontrola, certifikácia a značka bio kvality u nás a v zahraničí	14
1.5 Stravovacie služby a zariadenia, ich definovanie a význam biopotravín v kontexte cestovného ruchu.....	17
2. Cieľ práce	21
3. Metodika práce a metódy skúmania	22
3.1 Charakteristika skúmanej vzorky	22
3.2 Postup a spôsob získavania údajov	22
3.3 Metódy vyhodnotenia výsledkov	23
4. Výsledky práce a diskusia	24
4.1 Charakteristika vybraného subjektu v cestovnom ruchu	24
4.2 Vyhodnotenie spotrebiteľského prieskumu	25
4.3 Návrhy a odporúčania pre zaradenie biopotravín do jedálneho lístka	33
Záver	36
Zoznam použitej literatúry	38
Zoznam príloh	41

Úvod

V súčasnosti sa s pojmom biopotraviny môžeme stretnúť čoraz častejšie. Potraviny nesúce toto označenie sú najmä v posledných dvoch dekádach na trhu veľmi žiadané, nakoľko sa ľudstvo stále viac a viac zaujíma o to, čo konzumuje, a aký dopad má daná zvolená strava na náš organizmus.

Spotrebitelia hlásajú dva hlavné dôvody, pre ktoré preferujú nákup a konzumáciu biopotravín – zdravie a nutričná hodnota, aj keď dodnes nie je vedecky dokázaná ich nutričná nadradenosť nad konvenčnými potravinami.

Hoci existuje dôkaz, že biopotraviny obsahujú nepatrne vyššie množstvo živín, tento minimálny rozdiel nie je dostatočným dôvodom na podloženie tvrdenia, že biopotraviny poskytujú svojim konzumentom dodatočné benefity výživového charakteru. Čo však vedecky podložené je, sú neporovnateľne nižšie hladiny množstva škodlivých chemických látok, najmä stopy ťažkých kovov, antibiotík a pesticídov, ktoré obsahujú. (Paddock, 2007)

Vo svojich začiatkoch, respektíve pri vzniku trendu ekologického poľnohospodárstva a postupného presadzovania sa biopotravín na trhu, boli k nájdeniu len veľmi zriedka. Ich nákup bol zväčša možný len v špecializovaných obchodoch, a aj to len v malých množstvách. Rastúci dopyt a zmenený stav sveta však s plynúcimi rokmi pretlačili biopotraviny i do supermarketov tak, že sú bežne dostupné pre akéhokoľvek konzumenta. Je teda len na nás, čo si zvolíme. Dôležitým a neprehliadnuteľným ukazovateľom pri výbere však nie je len naša mienka, ale i rozdiely v cenách, ktoré sú medzi konvenčne vypestovanými plodinami, či výrobkami z nich, a tými v bio kvalite, stále markantné.

Ekologické poľnohospodárstvo, udržateľnosť, a spolu s tým ruka v ruke idúca ochrana životného prostredia a ľudského zdravia sa rokmi stala trendom. Tento trend sa stále považuje za relatívne nový, veľmi rýchlo sa však rozvíja a posúva v pred. Krok s dobou teda nedržia iba jednotlivci, ale aj poskytovatelia stravovacích služieb, ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou cestovného ruchu.

Keďže bio stravovanie sa stalo životným štýlom mnohých ľudí, získavanie zákazníkov pomocou prechodu na bio potraviny sa stalo marketingovou stratégiou mnohých stravovacích zariadení. Bio reštaurácie majú vo svete svoje miesto na trhu takmer každej vyspelejšej krajiny. Na tom slovenskom si však miesto stále len hľadajú, no rastúci dopyt im pomaly situáciu uľahčuje.

1. Súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí

Ako už bolo spomenuté v úvode, bio stravovanie je trendom. A teda, pochopiteľne, segment trhu, ktorému sú biopotraviny, alebo všeobecnejšie povedané bioprodukty určené, sa neustále zväčšuje. Hoci ekologické potraviny stále predstavujú malé percento z celkovej poľnohospodárskej výroby v Európskej únii, už nie sú na trhu iba v menšinovom zastúpení.

1.1 Vysvetlenie základných pojmov

V tejto časti kapitoly sa budeme venovať vymedzeniu základných pojmov, ktoré sú pre celú bakalársku prácu kľúčové a v nasledujúcich riadkoch sa budú často opakovať.

Slovenská republika ako členský štát Európskej Únie podlieha nariadeniu Rady (ES) č.834/2007 o ekologickej produkcii a označovaní ekologických produktov. Vzhľadom na legislatívne predpisy platné na našom území sú biopotraviny a termíny s nimi úzko späté, definované nasledovne:

„Biopotravina je potravina, ktorá je vyrobená len z bioproduktov pri použití povolených zložiek, prídavných látok a materiálov. Bioprodukt je rastlinný alebo živočíšny výrobok, vypestovaný alebo vyrobený v súlade s legislatívou platnou pre ekologickú poľnohospodársku výrobu.“ (§ 2 zákona č. 224/1998 Z. z.)

Ak sa zameriavame na ekologickú produkciu, je dôležité dbať na rozdiel medzi týmito dvoma pojmami. Pod pojmom **ekologické poľnohospodárstvo** alebo **ekologická produkcia** rozumieme *„komplexný systém manažmentu poľnohospodárskych fariem a výroby potravín, ktorý je kombináciou tých najlepších environmentálnych postupov, vysokej úrovne biodiverzity, ochrany prírodných zdrojov, uplatňovania prísnych noriem v oblasti pohody zvierat a výrobných metód v súlade s preferenciou určitých spotrebiteľov pre produkty vyrábané pomocou prírodných látok a procesov.“* (Úradný vestník Európskej únie; Nariadenie Rady č. 834/2007)

Európska Únia ďalej definuje ekologické hospodárstvo ako trvalo udržateľný poľnohospodársky systém rešpektujúci životné prostredie a dobré životné podmienky zvierat, ale zahŕňa aj všetky ostatné štádiá potravinového reťazca, ako je napríklad dodávka surovín, spracovanie, skladovanie, doprava a distribúcia.

Vysoké štandardy bioproduktov vo všetkých členských krajinách Európskej únie zabezpečuje **Nariadenie o ekologickej produkcii a označovaní ekologických výrobkov.**

Pravidlá sa vzťahujú na poľnohospodárstvo, vodné hospodárstvo, výrobu a označovanie potravín, rybolov, dovoz ekologických produktov z nečlenských krajín, či certifikačné procesy pre farmárov.

1.2 Vplyv biopotravín a ekologického poľnohospodárstva na celkový stav spoločnosti

Prívlastky ako „bio” a „organický” nám hovoria o spôsobe, akým boli plodiny v poľnohospodárstve vypestované a ako boli jednotlivé potraviny vyprodukované. Výrobcovia tieto predpony využívajú pred názvami svojich výrobkov preto, aby pomohli spotrebiteľovi odlíšiť ich od konvenčných výrobkov, a zabránili tak ich zámene.

Z hľadiska ľudského zdravia sa preukázalo, že potraviny pochádzajúce z ekologického hospodárstva (čiže biopotraviny, ale možno ich nazvať aj organické potraviny) vystavujú spotrebiteľov značne menšiemu množstvu látok spôsobujúcich rôzne závažné ochorenia. To totiž využíva spôsoby pestovania plodín a chovu hospodárskych zvierat, ktoré sa vyhýbajú syntetickým chemikáliám, hormónom, antibiotikám, genetickému inžinierstvu, či ožarovaniu.

Taktiež bolo dokázané, že ekologické poľnohospodárstvo má oveľa menší negatívny vplyv na životné prostredie ako konvenčné prístupy. Pri jeho využívaní vzniká poznateľne menej skleníkových plynov a zvyčajne sa ponecháva väčší priestor pre biodiverzitu.

Ekologické poľnohospodárstvo okrem reštrikcií vo využívaní prídavných látok podporuje:

- využívanie energie a prírodných zdrojov zodpovedne a ohľaduplne,
- zachovávanie regionálnej ekologickej rovnováhy,
- zvyšovanie úrodnosti pôdy,
- zachovávanie kvality vody a ochranu vodných zdrojov.

International Federation of Organic Agriculture Movements (Medzinárodná federácia ekologických poľnohospodárskych hnutí; ďalej len IFOAM) je organizáciou, ktorá zastupuje ekologické poľnohospodárstvo pri formovaní európskej poľnohospodárskej politiky a rovnako tak bojuje za zmenu v oblasti pestovania plodín a výroby potravín. Jej cieľom je šíriť povedomie o klimatických zmenách a vplyvoch na zdravie človeka, znižovať využívanie škodlivých látok (ako sú už vyššie spomenuté pesticídy,

antibiotiká, hormóny či iné agrochemikálie) v potravinách, zabezpečiť zachovanie biodiverzity, zvýšiť štandardy v starostlivosti o hospodárske zvieratá, zlepšiť podmienky pracovníkov v danom sektore a viesť poľnohospodárov k udržateľnosti.

Medzinárodná organizácia IFOAM vydala princípy a pravidlá, vďaka ktorým sa ekologické poľnohospodárstvo rozvíja. Sú platné na území Európskej únie a rovnako tak aj na území Slovenskej republiky. Ide najmä o nasledujúce 4 zásady:

Zásada zdravia

Úlohou ekologického poľnohospodárstva a produkcie biopotravín je udržiavať a zlepšovať zdravie jednotlivých ekosystémov a organizmov, od najmenších v pôde, až po človeka. Jeho cieľom je najmä produkcia kvalitných a výživných potravín, ktoré prispievajú k starostlivosti o zdravie a celkové blaho spoločnosti.

Zásada ekológie

Za presadením ekologického poľnohospodárstva namiesto pokračovania v konvenčnom stojí snaha dosiahnuť ekologickú rovnováhu prostredníctvom inovatívnych systémov, vytvárania biotopov a zachovania genetickej a poľnohospodárskej rozmanitosti. Tí, ktorí vyrábajú, spracúvajú, alebo spotrebúvajú ekologické výrobky, by mali chrániť spoločné životné prostredie, zahŕňajúce krajinu ako celok, klímu a čistotu ovzdušia či vody.

Zásada spravodlivosti

Táto zásada zdôrazňuje, že všetky subjekty zapojené do ekologického poľnohospodárstva by mali udržiavať medzilidské vzťahy spôsobom, ktorý zabezpečuje spravodlivosť na všetkých úrovniach a voči všetkým stranám. Ekologické poľnohospodárstvo by malo všetkým zúčastneným poskytovať dobrú kvalitu života, prispievať k potravinovej nezávislosti a znižovaniu chudoby. Taktiež trvá na tom, aby sa zvieratám poskytli také podmienky a možnosti života, ktoré sú v súlade s ich fyziológiou, prirodzeným správaním a celkovým blahobytom. Prírodné a environmentálne zdroje, ktoré sa využívajú na výrobu a spotrebu, by sa mali spravovať spôsobom, ktorý zabezpečí, že poslúžia aj ďalším generáciám.

Zásada starostlivosti

Ekologické poľnohospodárstvo by malo predchádzať všetkým významným rizikám, ktoré ovplyvňujú ľudské zdravie, či stav sveta, pomocou prijatia vhodných technológií. Rozhodnutia by mali odrážať hodnoty a potreby všetkých, ktorých by mohli potenciálne ovplyvniť, a to najmä prostredníctvom využívania transparentných procesov.

1.3 Faktory ovplyvňujúce rozhodovanie spotrebiteľov

Okrem nevyvrátiteľne pozitívnych vplyvov, ktoré má ekologické poľnohospodárstvo a konzumácia biopotravín namiesto tých konvenčných na ľudské zdravie a taktiež životné prostredie, nie je všetko iba o ich benefitoch. V dnešnom svete sa stretáme s viacerými názormi a uhlami pohľadu na to, čo konzumovať a akým smerom posúvať naše spotrebiteľské správanie. Pri rozhodovaní však nie je jediným faktorom ovplyvňujúcim našu mienku iba kvalita danej potraviny alebo produktu, ale taktiež ďalšie ukazovatele, ktoré nemožno prehliadať. (Nagy-Pércsi K., Fogarassy C., 2019)

V nasledujúcej tabuľke môžeme vidieť prehľad základných motivačných faktorov vplývajúcich na nákup jednotlivých skupín potravín.

Tabuľka č. 1: Motivačné faktory ovplyvňujúce kúpu danej skupiny potravín

Biopotraviny	Konvenčné potraviny
zloženie	cena
živiny	trvanlivosť
pôvod	zvyk
čerstvosť	vzhľad
chuť	reklama

Zdroj: vlastné spracovanie

Záujem, resp. lepšie povedané nezáujem spotrebiteľov o biopotraviny, je v súčasnosti odvodený najmä od ekonomických faktorov, medzi ktoré patria disponibilné dôchodky jednotlivcov a trhové ceny produktov, ale taktiež existuje mnoho iných faktorov, ako sú napríklad trvanlivosť, štruktúra ponuky, dostupnosť, vzhľad, či napríklad

informovanosť o možnostiach, ktoré „nútia“ spotrebiteľov pokračovať v konzumácii konvenčných potravín.

Najčastejším skloňovaným faktorom je však v prieskumoch práve cena. Vo všetkých vyspelých štátoch záujem o kvalitnejšie potraviny neustále narastá, avšak trhové ceny biopotravín nie sú prispôsobené dôchodkom spotrebiteľov. Príjem rodín vo vzťahu s cenou biopotravín sú v nepomere, a teda, napriek tomu, že záujem narastá, možnosti spotrebiteľov zostávajú obmedzené. (Živčlová, 2005)

Miesto najväčšej motivácie pre nákup biopotravín zastáva snaha spotrebiteľov stravovať sa zdravo a naplňovať zásady zdravej výživy. Spolu s týmto faktorom ruka v ruke kráča i hodnota ochrany životného prostredia a humánne správanie sa ku zvieratám v podmienkach ekologického hospodárstva.

Ďalším faktorom, už vyššie spomenutým, je štruktúra ponuky a dostupnosť. Hoci v súčasnosti nie je problém natrafiť na produkt s označením „bio“, prípadne „eko“, v hociktorom supermarkete, zostáva otázkou, či si toto označenie zaslúži a či ho nesie právom. Prístup k skutočným biopotravinám, od lokálnych dodávateľov a farmárov, je stále pomerne náročný, i keď sa dodávateľský trh postupom času a pod tlakom stále sa zväčšujúceho dopytu rozrastá (aj napriek zopár nepriaznivým faktorom). Nemožno nám nepodotknúť i fakt, že spektrum ponuky komerčných potravín je omnoho širšie a pestrejšie ako kedysi.

Ako posledný ukazovateľ by sme mali spomenúť vzhľad potravín. Je známe, že biopotraviny, keďže nepodliehajú žiadnym úpravám chemického charakteru, sú vzhľadom často oveľa menej príťažlivé ako práve tie konvenčné, plné nepovolených látok. Pre obchodné reťazce je teda samozrejmosťou ponúkať to, čo jednoduchšie pritiahne oko a pozornosť spotrebiteľa. Spravidla to je krása na úkor zdravia.

1.4 Označenie, kontrola, certifikácia a značka bio kvality u nás a v zahraničí

Ako už bolo načrtnuté v predchádzajúcej kapitole, nie všetky potraviny s doplnkom „bio“ v názve, majú legálne právo niesť toto označenie. Názov „bio“ však zahŕňa oveľa viac, ako niektorí necertifikovaní producenti ponúkajú. Všetky ekologické produkty a výrobky musia spĺňať všeobecne platné hygienické normy, a taktiež potravinárske normy pre konvenčné potraviny. Navyše podliehajú i pravidlám pre ekologické poľnohospodárstvo.

Definíciu biopotravín a bioproduktov sme si spomenuli v prvej kapitole zameranej na terminológiu. Rovnako tak ju uvádza na svojej stránke v rozšírenej verzii aj Zväz ekologického poľnohospodárstva. Jej znenie je nasledujúce:

„Bioprodukty sú rastlinné a živočíšne výrobky vyrobené systémom ekologickej poľnohospodárskej výroby. Splňajú všetky predpisy zákona o ekologickom poľnohospodárstve, podrobujú sa pravidelnej kontrole na každom stupni. Bioproduktom je dopestované obilie, zelenina, doplnkové potraviny, krmivá, ďalej vychované zvieratá ako kurčatá, ovce, ale aj vajcia ekologicky chovaných sliepok. Biopotraviny sú vyrobené výhradne z bioproduktov pri použití len zákonom povolených zložiek, prídavných látok a materiálov. Obsahujú najmenej 95 % zložiek potravín pochádzajúcich z bioproduktov s osvedčením o ekologickom pôvode.“ (Zväz ekologického poľnohospodárstva, ecotrend.sk)

Túto definíciu dopĺňa svojimi slovami pre článok v mesačníku InVitro aj MUDr. Peter Chlebo, PhD., ktorý vyzdvihuje najmä zákaz používania GMO a iných cudzorodých prídavných látok v týchto produktoch a potravinách.

Výroba bioproduktov a ich umiestňovanie na spoločný európsky trh v súčasnosti podlieha Zákonu o ekologickom poľnohospodárstve a výrobe biopotravín číslo 224/1998 Z. z. a jeho veľmi prísny podmienkam. Predtým, ako sa konvenčný poľnohospodár konvertuje na bio dodávateľa, musí prejsť dvojročnou očistou – obdobím konverzie. Toto obdobie je nutné na to, aby sa poľnohospodárska pôda stihla obnoviť a plne sa odstránili zvyšky zakázaných látok. Osvedčenie o dodržaní všetkých podmienok vydáva Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky (ďalej len ÚKSÚP).

Kontrolu ako takú vykonáva ÚKSÚP pomocou svojich inšpektorov. Priamou kontrolou výrobcov sa u nás, na našom území, zaoberajú tri inšpekčné organizácie vydávajúce certifikát bio kvality. Sú nimi nasledovné (v zátvorkách za názvom inštitúcie sú uvedené kódy inšpekčných organizácií):

- Naturalis SK, s. r. o. (SK-BIO-002),
- Biokont CZ, s. r. o. (SK-BIO-003),
- EKO-CONTROL, s. r. o. (SK-BIO-004).

V celej Európskej únii platia rovnaké pravidlá pre kontrolu a certifikáciu bio potravín. Všetky štáty, ktoré sú jej členmi, sa riadia Nariadením európskej Rady (ES) 834/2007 v znení neskorších predpisov o ekologickej výrobe a označovaní ekologických produktov.

Všetky certifikované výrobky musia mať v názve uvedené nasledujúce položky:

- číselný kód inšpekčnej organizácie krajiny (tej, pod ktorú spadá prevádzkovateľ, ktorý vykonal poslednú operáciu výroby alebo prípravy),
- logo ekologickej výroby Európskej únie.

Ak je použité logo ekologickej výroby Európskej únie, v rovnakom zornom poli sa musí nachádzať i označenie miesta poľnohospodárskej výroby surovín, z ktorých sa produkt skladá.

Obrázok č. 1: Vzor ekologického loga Európskej únie



Zdroj: <http://www.naturalis.sk/certifikacia>

Rovnako platné ako logo ekologickej výroby EÚ ostávajú aj národné logá pre označenie produktov, ktoré spĺňajú požiadavky stanovené Nariadením rady EÚ.

Obrázok č. 2: Vzor označenia ekologických výrobkov v SR



Zdroj: https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2009/189/vyhlasene_znenie.html

Slovenské logo upravuje Zákon 189 z roku 2009 o ekologickej a poľnohospodárskej výrobe.

Obrázok č. 3: Vzor označenia ekologických výrobkov v ČR



Zdroj: http://www.biokont.cz/images/loga_v_ez_201012.pdf

Obrázok č. 4: Logo Naturalis SK



Zdroj: <http://www.biospotrebitel.sk/foto-galeria/fotografia/4045/naturalis-sk-s-r-o.htm>

Certifikáciu a svoju kontrolnú činnosť vykonáva Naturalis SK, s.r.o. v súlade s (u nás) platnou legislatívou. Pri porušení pravidiel pri certifikácii produktov a potravín sa uplatňuje sankčný poriadok. V ňom sú stanovené sankcie podľa závažnosti priestupku.

V právomoci Ministerstva pôdohospodárstva SR - najvyššieho orgánu starostlivosti o ekologické poľnohospodárstvo - je redukcia výšky pridelených dotácií, prípadne požadovanie ich spätného vrátenia (v prípade zdokumentovaného porušenia pravidiel).

1.5 Stravovacie služby a zariadenia, ich definovanie a význam biopotravín v kontexte cestovného ruchu

Služby sú významnou súčasťou cestovného ruchu. Sú prostriedkom na uspokojenie potrieb zákazníkov a taktiež nástrojom na hlbšie prežitie zážitku – najmä ak hovoríme o stravovaní, ubytovaní či animáciách. Vzhľadom na výber témy bakalárskej práce sa ďalej zameriame práve na stravovacie služby a zariadenia, ich definovanie, a taktiež to, akým spôsobom zapadajú do konceptu rozvoja cestovného ruchu pomocou využívania biopotravín.

Pod pojem **stravovacie služby** spadajú všetky „činnosti a zariadenia, ktoré umožňujú uspokojovanie základných ľudských potrieb výživového charakteru. Účastníkom cestovného ruchu sú tieto služby poskytované nielen v cieľovej destinácii, ale aj počas cestovania v dopravných prostriedkoch, prípadne popri cestných trasách. Sú integrálnou súčasťou komplexného produktu cestovného ruchu a okrem svojej hlavnej úlohy plnia i spoločenskú funkciu.“ (Gúčík a kol., 2004) Okrajovo je nutné spomenúť i fakt, že stravovacie služby zastávajú dôležitú úlohu rovnako tak aj v kontexte kultúrneho cestovného ruchu, v spojení s národnou gastronómiou.

Stravovacie služby „sú vyváženou kombináciou hmatateľného výrobku a nehmateľnej služby, ktorá sa pohybuje podľa rozsahu a kvality služieb v rôznych pomeroch. Nemožno ich skladovať, pripravujú sa, ponúkajú, poskytujú a spotrebúvajú spravidla súčasne na jednom mieste.“ (Horner a Swarbrooke, 2003) Delia sa na viacero subsektorov – nielen u nás a v Európe, ale po celom svete a ich členenie je vcelku rozmanité. Je možné sústavne pozorovať vývoj týchto subsektorov a taktiež zmeny, ktoré časom zaznamenávajú. Staršie zanikajú, zatiaľ čo dávajú priestor na vznik a existenciu novým. Ako samostatné druhy stravovacích zariadení v súčasnosti pôsobia napríklad aj pizzerie, reštaurácie rýchleho občerstvenia (tzv. fast-food), rôzne kluby, bary, atď.

Svet sa neustále hýbe smerom dopredu, gastronómia a stravovanie sa každým dňom mení a poskytovanie služieb v tejto oblasti nabera celkom nové obrátky. Hlavným dôvodom sú najmä neustále sa stupňujúce nároky spotrebiteľov, ktorí majú vďaka otvoreným hraniciam a možnostiam skúsenosti zvyšujúce štandardy ich požiadaviek. Vyžadujú nie len vyššiu kvalitu, ale taktiež inováciu ponuky. Globalizácia však nie je jediný dôvod, ktorý stupňuje náročnosť dopytu. Ďalším výrazne ovplyvňujúcim faktorom sú zmeny v životnom štýle konzumentov. Ľudia sa v oveľa vyššej miere zaujímajú o seba samých, o prostredie, v ktorom žijú, a taktiež teda o jedlo, ktoré konzumujú a môže ovplyvňovať zdravé fungovanie ich organizmu. Toto tvrdenie podporujú i dáta zozbierané pomocou pravidelného prieskumu od spoločnosti Google (Food Trends Report).

Medzi súčasne trendy patrí najmä využívanie funkčných potravín a biopotravín - tieto dve skupiny majú veľa spoločného. Ponúkajú konzumentovi vyváženú nutričnú hodnotu, zdravotnú neškodnosť, a slúžia ako prevencia rozličných ochorení. Ich konzumácia je v dnešnej dobe čím ďalej, tým viac braná ako samozrejmosť. S najväčšou pravdepodobnosťou na tom majú zásluhu najmä mladí ľudia poslednej dekády, ktorým stále viac a viac záleží na ekonomickej udržateľnosti a ďalších faktoroch, na ktoré sme poukázali

v predchádzajúcom odseku. Podniky operujúce vo sfére stravovacích služieb sú v snahe uspieť nútené sledovať tieto zmeny a adaptovať sa.

Poslednou časťou zhrnutia teoretických východísk, z ktorých plynule nadviažeme na praktickú časť bakalárskej práce, je užšie prepojenie stravovacích služieb v cestovnom ruchu s trendom biopotravín, ktorý sme načrtli.

Cestovný ruch a súčasný nárast dopytu konzumentov po biopotravinách spolu úzko súvisia. Ako už bolo spomenuté, stravovacie služby sú neoddeliteľnou súčasťou cestovného ruchu, a preto je pre prevádzkovateľov stravovacích zariadení nesmierne dôležité udržať si postavenie na trhu pomocou prispôsobenia sa novým požiadavkám. Medzi hlavné faktory, ktoré ovplyvnili nárast počtu stravovacích zariadení využívajúcich organické potraviny v poslednej dekáde, patria nasledujúce:

Popularita biopotravín. Nárast celkovej popularity biopotravín je dôsledkom vývoja spoločnosti a upravenia postavenia jej priorít. Biopotraviny je pojem, ktorý bol ešte nedávno novinkou, no za posledné desaťročie sa rozšíril a je známy všetkým. Z čoraz viac spotrebiteľských prieskumov vyplýva, že najmä mladí ľudia a rodičia s deťmi považujú nakupovanie a konzumáciu biopotravín za kľúčovú na ceste k zdravšiemu životnému štýlu a taktiež hospodárskej udržateľnosti. Súčasný prieskumy poukazujú i na fakt, že ak sa raz človek rozhodne pre nákup biopotravín, zriedkakedy sa vráti o krok späť k nákupu konvenčných potravín, napriek tomu, že cena biopotravín je vyššia. A keďže zánietenie spotrebiteľov pre konzumáciu biopotravín narastá, počet stravovacích zariadení transformujúcich sa postupom času na bio-prevádzky stúpa priamoúmerne.

Konzumácia biopotravín vedie k ekologickej zodpovednosti. Postupy ekologického poľnohospodárstva chránia planétu a pomáhajú zlepšiť súčasné negatívne environmentálne problémy. Čím menej konzument investuje do konvenčných potravín a naopak, namiesto nich sa zameria na ekologické potraviny, tým viac ako jednotlivec prispieva k ochrane životného prostredia (nekontaminovaná pôda a voda, zníženie spotreby fosílnych palív, biodiverzita, menšie znečistenie ovzdušia a pod.).

Bio stravovacie zariadenia sa stávajú ziskovejšími. Hoci nákup biopotravín stojí reštauráciu viac ako nákup konvenčných potravín, spotrebitelia sú ochotní tento rozdiel zaplatiť. Ekologické stravovanie sa stáva čoraz dôležitejším v životoch jednotlivcov a často znižujú náklady v iných sférach, aby si ho mohli dovoliť. Spotrebitelia sú častokrát

náchylnejší k tomu zaplatiť viac aj vtedy, ak dané stravovacie zariadenie ponúka nielen bio, ale zároveň aj lokálne pestované potraviny od krajinných dodávateľov.

Ekologické poľnohospodárstvo, biopotraviny, a všetko s nimi úzko späté, sa stáva jedným z najziskovejších druhov podnikania. Môže za to práve už skôr uvedený, neustále sa zvyšujúci dopyt konzumentov po potravinách bez pesticídov, antibiotík či iných prídavných látok. (Curić a kol., 2016) Rovnako tak je dôležité spomenúť i to, že práve zaradenie biopotravín do každodenného fungovania stravovacích zariadení je samo o sebe jedinečnou marketingovou stratégiou.

2. Cieľ práce

Hlavným cieľom bakalárskej práce bolo priblížiť problematiku biopotravín, možností ich využitia vo sfére cestovného ruchu a následne navrhnúť odporúčania pre zaradenie biopotravín do jedálneho lístka vybraného stravovacieho zariadenia.

Na dosiahnutie hlavného cieľa práce sme si stanovili i **čiastkové ciele**. Pre *teoretickú časť* bakalárskej práce boli čiastkové ciele nasledovné:

- rozdelenie výskumnej problematiky - identifikácia kľúčových pojmov a ich charakteristika pomocou legislatívnych zákonov,
- priblíženie vplyvu konvenčných potravín a biopotravín na stav sveta, rovnako ako faktorov motivujúcich spotrebiteľov ku kúpe jednotlivých skupín potravín,
- charakterizovanie aktivít organizácie IFOAM a identifikácia princípov rozvoja ekologického poľnohospodárstva na území Európskej únie,
- identifikovanie hygienických noriem pre biopotraviny a tiež inštitúcií vydávajúcich certifikát bio kvality,
- charakterizovanie stravovacích zariadení a vývoja ich subsektorov,
- načrtnutie prepojenia využívania biopotravín a marketingovej stratégie, s cieľom zvýšiť návštevnosť.

Pre *praktickú časť* bakalárskej práce boli čiastkové ciele nasledovné:

- skúmanie povedomia slovenských spotrebiteľov a mieru ich záujmu o nákup a konzumáciu biopotravín,
- zistenie najdôležitejších faktorov pri výbere stravovacieho zariadenia a aktuálneho záujmu o implementáciu biopotravín v stravovacích zariadeniach,
- zistenie preferencií spotrebiteľov pri výbere dodávateľa potravín,
- zhodnotenie súčasnej efektivity marketingu biopotravín s ohľadom na spotrebiteľské správanie.

3. Metodika práce a metódy skúmania

Teoretická časť bakalárskej práce bola zameraná na vymedzenie základných pojmov a detailnejšie priblíženie problematiky. Predmetom skúmania boli biopotraviny, vzťah slovenských spotrebiteľov k nim a ich využívanie v stravovacích zariadeniach, ktoré sú súčasťou cestovného ruchu. Keďže produkcia biopotravín je úzko prepojená s ekologickým hospodárstvom, zamerali sme sa aj na jeho definovanie a základné princípy.

V praktickej časti sme sa pomocou dotazníka zamerali na spotrebiteľa a jeho postoje k biopotravinám, konvenčným potravinám, ich kúpe a preferovaniu jednej skupiny pred druhou. Taktiež sme bližšie skúmali vzťah spotrebiteľa ku využívaniu biopotravín v stravovacích zariadeniach rôzneho druhu (spadajúcich do kategórie zariadení v cestovnom ruchu) a jeho názor na marketingové propagovanie problematiky biopotravín s cieľom zvýšiť záujem.

3.1 Charakteristika skúmanej vzorky

Prieskumu sa zúčastnilo 120 respondentov. Dotazník bol roz distribuovaný medzi občanov Slovenskej republiky, bez akéhokoľvek ďalšieho špecifického obmedzenia (profesijného, sociálneho, vekového, či iného). Z celkového množstva respondentov tvorili ženy 74,2 % a muži 25,8 %.

Najpočetnejšie skupiny z hľadiska vekového zaradenia boli rozmedzia 18-25 rokov a 26-50 rokov. Do oboch spadalo rovnaké množstvo respondentov, a to 36,7 %. Množstvo respondentov v ostatných vekových kategóriách bolo nasledovné: menej ako 18 rokov (4,2 %), 26-35 rokov (11,7 %), 51-64 rokov (8,7 %), 65 a viac rokov (2,5 %).

Kategorizácia respondentov podľa sociálneho statusu bola veľmi nerovnomerná. Viac ako polovica respondentov spadala medzi pracujúcich (zamestnaných) občanov, a to konkrétne 52,5 %. Zvyšné rozdelenie bolo nasledovné: študent (15,8 %), pracujúci študent (20,8 %), podnikateľ (5 %), na materskej/otcovskej dovolenke (3,3 %), dôchodca (2,5 %). Do kategórie „nezamestnaný“ nespadal nikto z respondentov.

3.2 Postup a spôsob získavania údajov

Spracovanie teoretickej časti bakalárskej práce pozostávalo zo získavania informácií pomocou sekundárnych zdrojov. Čerpali sme z rôznych publikácií, vedeckých článkov a využili sme taktiež dostupné online zdroje. Dôležitým zdrojom pre nás boli aj internetové stránky Medzinárodnej federácie hnutí ekologického poľnohospodárstva, inšpekčných

organizácií a EUR-lex, ktoré nám poskytli informácie o aktuálnych opatreniach a zákonoch v spojitosti s biopotravinami a ekologickým hospodárstvom.

Tvorenie praktickej časti pozostávalo zo zostavenia dotazníku s otázkami priamo smerujúcimi na problematiku využívania biopotravín spotrebiteľmi a ich začlenenie do jedálňičkov stravovacích zariadení v cestovnom ruchu. Pracovali sme teda s údajmi z primárneho zdroja. Taktiež sme získali údaje od nami vybraného subjektu v cestovnom ruchu, bližšie ho špecifikovali a s ohľadom na jeho súčasný stav vypracovali návrh zaradenia biopotravín do ich ponuky. Na doplnenie všeobecného prehľadu nám slúžila aj webová stránka vybraného subjektu.

Už spomenutý dotazník pozostával z jedenástich hlavných otázok a štyroch pod-otázok. Tri z nich predstavovali klasifikačné otázky na zistenie sociologických údajov (pohlavie, vek a status respondenta), zvyšných osem slúžilo na zistenie súčasného vnímania biopotravín respondentmi a ich názoru na implementáciu biopotravín v stravovacích zariadeniach. Všetky pod-otázky boli otvorené. Dotazník bol vytvorený pomocou online platformy Google Forms a rozdistribuovaný medzi respondentov v elektronickej forme pomocou sociálnych sietí a emailov. Odpovede boli získavané v úseku desiatich dní, v dátumovom rozmedzí od 19. do 29. marca 2022.

3.3 Metódy vyhodnotenia výsledkov

Pri konečnom spracovaní bakalárskej práce sme využili rôzne metódy spracovania údajov. Patrili k nim indukcia, dedukcia, analýza, syntéza a komparácia.

Indukciou možno rozumieť základnú formu spájania myšlienok pri usudzovaní. Je dôležitá pri tvorbe teórií, hypotéz a záverov. Práve vďaka nej sme boli schopní navrhnúť možné odporúčania s návrhmi implementácie do praxe, či vyvodit' rôzne závery.

Dedukcia, ktorá je opakom indukcie, bola v záverečnej práci použitá na zistenie konkrétnych skutočností zo všeobecných informácií a poznatkov.

Analýza a syntéza patria medzi najviac používané vedecké metódy. Môžu sa označovať za navzájom opačné, avšak často sa kombinujú a dopĺňajú. Pomocou analýzy sme v priebehu písania práce za účelom lepšieho pochopenia problematiky rozkladali obsérnejšie a zložitejšie témy na menšie zložky. Syntéza nám neskôr pomohla usporiadať a spojiť tieto menšie časti do jedného logického celku.

Komparáciou, ďalšou zo základných myšlienkových operácií, sme porovnávali jednotlivé podobnosti a odlišnosti skúmaných javov.

4. Výsledky práce a diskusia

Hlavným cieľom praktickej časti bakalárskej práce bolo zužitkovať poznatky získané pomocou dopytovania pri navrhovaní konkrétnych riešení pre zaradenie biopotravín do jedálneho lístka nami vybraného stravovacieho zariadenia. Pri dopytovaní sme sa zaujímali najmä o postoj spotrebiteľov k biopotravinám, chápanie rozdielov medzi biopotravinami a konvenčnými potravinami, vnímanie propagovania biopotravín a taktiež spotrebiteľský postoj ku zaradeniu biopotravín do jedálnych lístkov stravovacích zariadení. Zamerali sme sa i na podmienky, za akých by to bolo pre spotrebiteľa prijateľné a zároveň analyzovali dôvody, ktoré by mohli byť prekážkou.

4.1 Charakteristika vybraného subjektu v cestovnom ruchu

Pre potreby bakalárskej práce a vytvorenia konkrétneho návrhu integrácie biopotravín do jedálneho lístka vybraného zariadenia v cestovnom ruchu sme si zvolili stravovacie zariadenie Iná haluška, s. r. o. so sídlom na Halenárskej ulici v Trnave.

Svoju činnosť vykonávajú od roku 2019 so zaradením medzi tzv. street-food (podniky ponúkajúce rýchle, čerstvé jedlá za rozumnú cenu). Hlavným rozdielom medzi street-food prevádzkami a fast-food prevádzkami je kvalita použitých surovín a taktiež kvalita prípravy jedál. Iná haluška je malá prevádzka s možnosťou vonkajšieho a vnútorného posedenia pre cca. 20 osôb. Špecializujú sa i na rozvoz jedál a spolupracujú s aplikáciou Wolt (kuriérska služba na objednávanie a rozvoz jedál).

Ich ponuka jedál je veľmi špecifická. Ako sa odvíja i od názvu samotného stravovacieho zariadenia, špecializujú sa na originálne prevedenia tradičného slovenského jedla – halušiek. Ponúkajú ich v rôznych verziách, no s využitím tradičných surovín. Sú jedinou street-food prevádzkou s týmto konceptom na Slovensku a záleží im na kvalite ponúkaného jedla. Napriek pandémie Covid-19 a sťaženej situácii sa táto prevádzka stala mimoriadne populárnou a vďaka informáciám z databázy fínstat.sk vieme povedať, že ich výnosy sa za rok 2021 v porovnaní s rokom 2020 zdvojnásobili.

Všetko toto sú faktory, ktoré ovplyvnili náš výber. Stravovacie zariadenie Iná haluška, s. r. o. spĺňa nami stanovené podmienky na to, aby bola vhodným kandidátom pri navrhovaní riešenia na zaradenie biopotravín do jedálneho lístka.

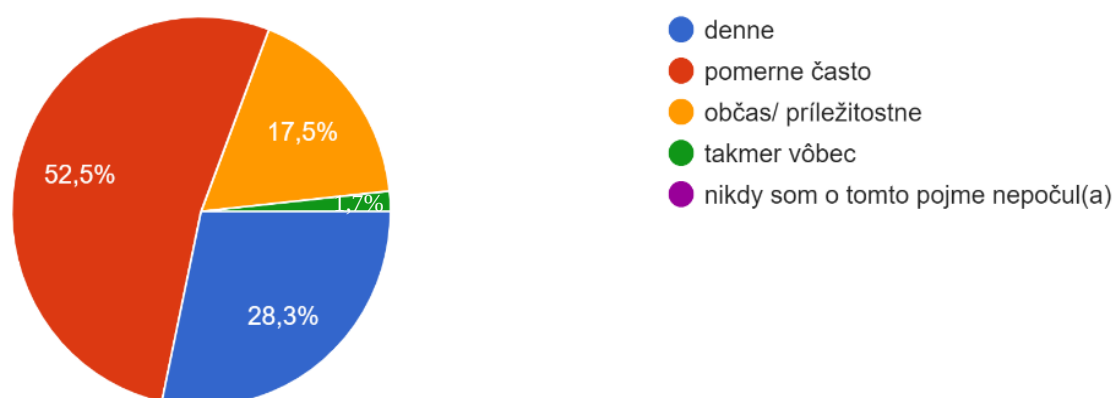
4.2 Vyhodnotenie spotrebiteľského prieskumu

Pred predložením nami navrhnutých odporúčaní na zaradenie biopotravín do denného chodu stravovacích zariadení bolo nutné rozanalyzovať odpovede jednotlivých respondentov na nasledujúce otázky:

Ako často sa stretávate s pojmom „biopotraviny“?

Prvá otázka nášho dotazníku bola zameraná na zistenie poznania pojmu biopotraviny, resp. mieru stretávania sa s týmto pojmom v každodennom živote spotrebiteľov. Vzhľadom na súčasný stav sveta sme očakávali výsledky podobné skutočnému výstupu. Z grafu vieme vyčítať nasledovné: 28,3 % našich respondentov sa s pojmom biopotraviny stretáva denne, až nadpolovičná väčšina, ktorá predstavuje 52,5 % opýtaných, sa s pojmom biopotraviny stretáva pomerne často. Skupina ľudí, ktorá sa s týmto pojmom stretáva len príležitostne, alebo veľmi okrajovo, dokopy predstavuje 19,2 %. Každý z našich respondentov teda uviedol, že sa s pojmom „biopotraviny“ vo svojom živote stretáva.

Graf č.1: Frekvencia stretávania sa s pojmom „biopotraviny“



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

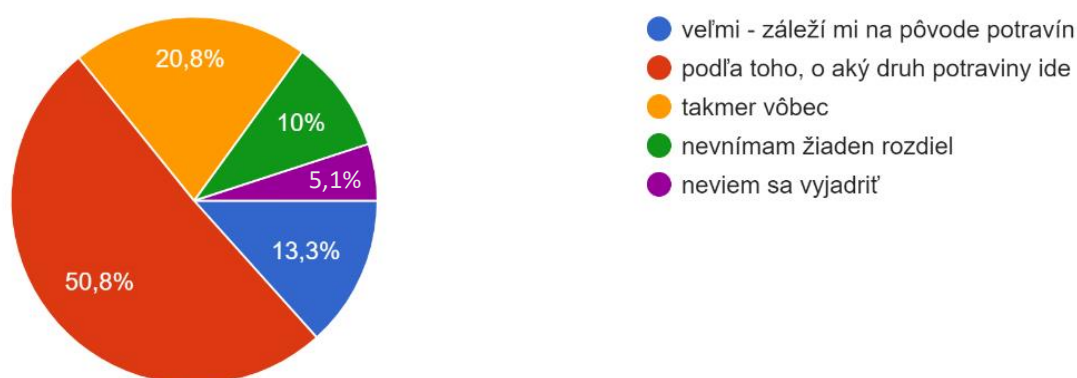
Vnímate rozdiel medzi biopotravinami a konvenčnými potravinami?

Spomenuté pojmy sme si bližšie špecifikovali v teoretickej časti bakalárskej práce. Hlavnou úlohou tejto otázky bolo zistiť, do akej miery naši respondenti registrujú rozdiely medzi danými skupinami potravín pri bežnej dennej konzumácii. Iba 13,3 % respondentov (čo predstavuje po zaokrúhlení 16 osôb) uviedlo, že im záleží na pôvode potravín, ktoré konzumujú. Takmer žiaden rozdiel medzi biopotravinami a konvenčnými potravinami vníma 20,8 % respondentov. O polovicu menej respondentov (10 %) odpovedalo, že medzi

danými skupinami potravín nevnímajú žiaden rozdiel. Vzorka 5,1 % respondentov sa k danej otázke nevedela vyjadriť.

Čo nás však zaujalo bolo, že viac ako polovica respondentov (50,8 %) sa vyjadrila, že rozdiel v potravinách vnímajú pri ich konkrétnych druhoch. Na tie sme sa zamerali v otvorenej pod-otázke, kde sme tieto druhy bližšie zisťovali. Z výsledkov vyplynulo, že na bio pôvod potravín sa ľudia zameriavajú najmä pri živočíšnych produktoch a výrobkoch z nich; medzi najčastejšie odpovede patrili nasledovné: mlieko, mliečne výrobky, mäso, mäsové výrobky, vajčka. Nasledovalo i menšie množstvo odpovedí, v ktorých respondenti uviedli, že im záleží na pôvode ovocia a zeleniny.

Graf č.2: Vnímanie rozdielov medzi dvoma skupinami potravín

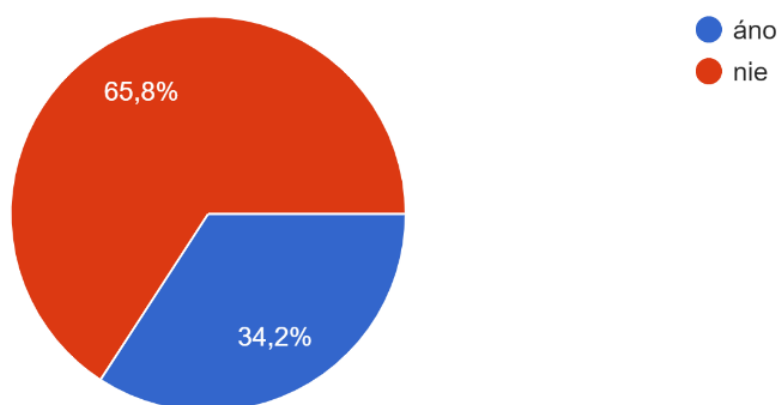


Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Ako spotrebiteľ, preferujete vedome kúpu biopotravín pred kúpou konvenčných potravín?

Touto otázkou, ktorá bola nasledovaná otvorenou pod-otázkou (prispôsobenej na základe prvej odpovede respondenta) sme cieľili najmä na zistenie bariér, alebo naopak motivácie, pri kupovaní biopotravín a konvenčných potravín. Výsledky odpovedí na nami položenú prvotnú otázku boli nasledovné: 34,2 % respondentov (približne tretina odpovedajúcich) preferuje vedome nákup biopotravín, naopak, viac ako dve tretiny (65,8 %) respondentov uviedlo, že vedome nepreferuje kúpu biopotravín pred konvenčnými potravinami.

Graf č.3: Vedomé uprednostnenie biopotravín pred konvenčnými potravinami



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Najčastejšie dôvody zvolených odpovedí našich respondentov boli nasledovné:

Prečo áno? Kvalita, chuť, čerstvosť, zdravotná nezávadnosť a známy pôvod danej potraviny.

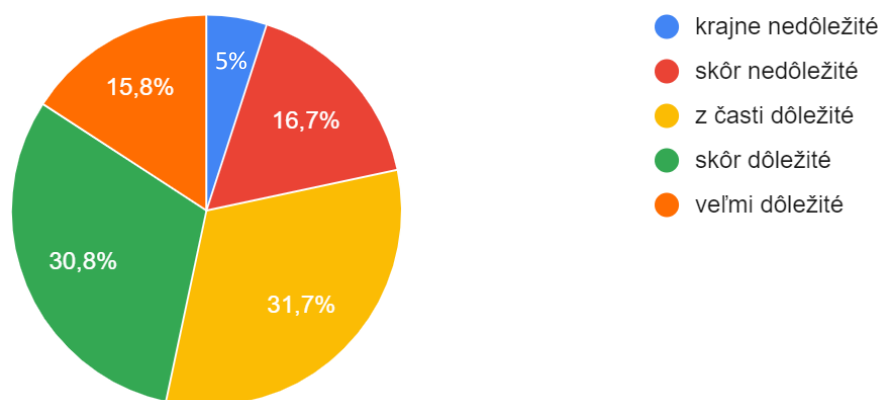
Prečo nie? Cena, dostupnosť, nedôvera v označenie „bio“.

Vzhľadom na informácie získané počas písania teoretickej časti bakalárskej práce zo sekundárnych zdrojov nás výsledky neprekvapili – skôr nás len utvrdili v tom, že správanie spotrebiteľov je ovplyvnené presne tými faktormi, ktoré boli už mnohokrát uvedené v rôznej odbornej literatúre či výsledkoch realizovaných prieskumov.

Ako dôležité (resp. nedôležité) sú pre Vás nasledujúce faktory pri výbere stravovacieho zariadenia?

Pri konštruovaní tejto otázky sme vychádzali z predpokladu, že každý jeden budúci respondent aspoň raz za život navštívil nejaké stravovacie zariadenie. Bližšie nás zaujímala analýza jednotlivých faktorov, ktorým respondenti prikladajú váhu pri výbere stravovacieho zariadenia, a taktiež celkový výstup – ktorý zo stanovených faktorov je pre spotrebiteľa najdôležitejším. Nami vybrané faktory a odpovede respondentov boli nasledovné:

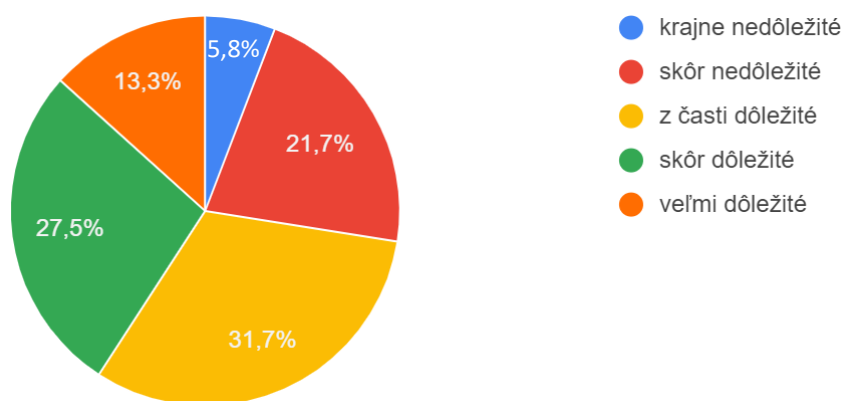
Graf č.4: Dôležitosť faktora „šírka ponuky“ pri výbere stravovacieho zariadenia



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Šírku ponuky za najdôležitejší faktor pri výbere stravovacieho zariadenia označilo 15,8 % respondentov. Za „skôr dôležitý“ a „z časti dôležitý“ označilo tento faktor dokopy 62,5 % respondentov, čo nám v celkovom súčte reprezentuje viac ako tri štvrtiny odpovedajúcich, ktorým záleží na šírke ponúkaného sortimentu pri výbere stravovacieho zariadenia. Od tohto výsledku sme sa neskôr odvíjali i pri tvorbe návrhov a odporúčaní. Za „skôr nedôležitý“ označilo tento faktor 16,7 % opýtaných, za „krajne nedôležitý“ to bolo 5 % opýtaných.

Graf č.5: Dôležitosť faktora „pôvod využívaných surovín“ pri výbere stravovacieho zariadenia

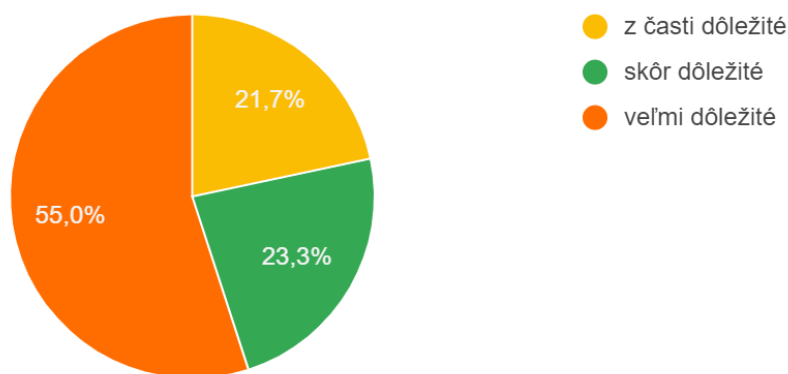


Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Ďalším faktorom predstaveným našim respondentom bol „pôvod využívaných surovín“. Iba 5,8 % opýtaných označilo, že je pre nich tento faktor pri výbere stravovacieho zariadenia krajne nedôležitý a 21,7 % respondentov ho označilo za „skôr nedôležitý“. Zvyšok respondentov považuje daný faktor za dôležitý, a to na nasledovnej škále: za „veľmi

dôležitý“ ho označilo 13,3 % respondentov, za „skôr dôležitý“ 27,5 % respondentov, a za „z časti dôležitý“ 31,7 % opýtaných.

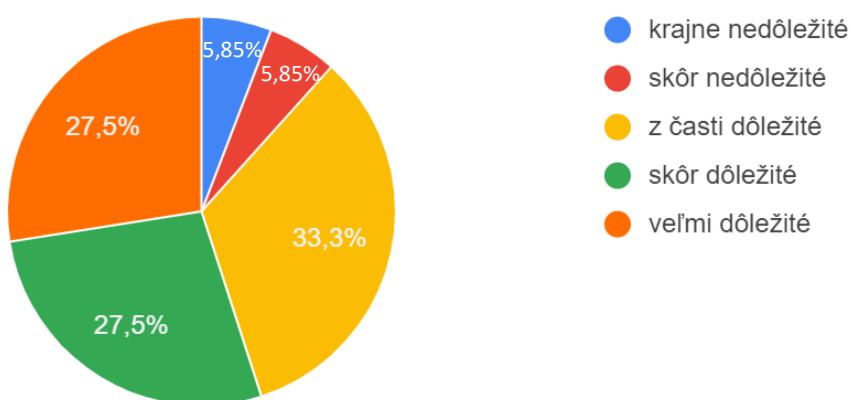
Graf č.6: Dôležitosť faktora „zdravotná nezávadnosť využívaných surovín“ pri výbere stravovacieho zariadenia



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Faktor zdravotnej nezávadnosti využívaných surovín označili za dôležitý všetci respondenti. Rozdelenie do kategórií bolo nasledovné: „veľmi dôležitý“ zvolila nadpolovičná väčšina opýtaných (55 %), za „skôr dôležitý“ ho označilo 23,3 % respondentov a za „z časti dôležitý“ 21,7 % respondentov.

Graf č.7: Dôležitosť faktora „cena za porciu“ pri výbere stravovacieho zariadenia

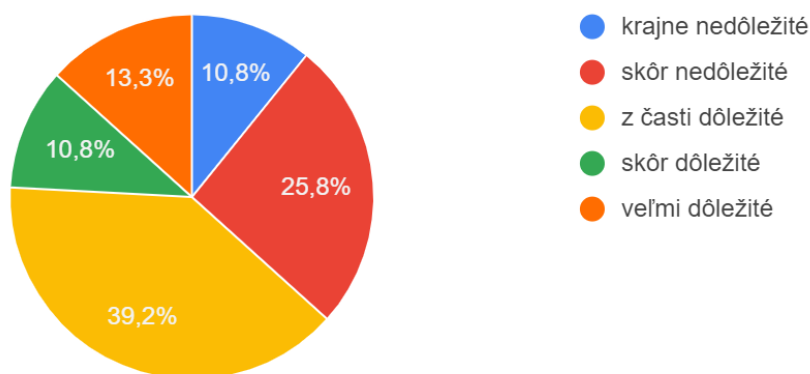


Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Ako sa dalo očakávať už podľa predchádzajúcich odpovedí k nami položeným otázkam, či poznatkov získaných z využitých teoretických zdrojov, cena zohráva dôležitú úlohu pri spotrebiteľskom rozhodovaní. Pochopiteľne, keďže disponibilné dôchodky spotrebiteľov sú

obmedzené. Cenu ako faktor pri výbere stravovacieho zariadenia označil za „veľmi dôležitý“ a „skôr dôležitý“ rovnaký počet respondentov, a to 27,5 %, za „z časti dôležitý“ ho označila až viac než tretina opýtaných (33,3 %). Za „krajne nedôležitý“ a „skôr nedôležitý“ tento faktor označil rovnaký počet respondentov, a to 5,85 %.

Graf č.8: Dôležitosť faktora „certifikáty kvality získané zariadením“ pri výbere stravovacieho zariadenia



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Dodržiavanie štandardov kvality a poskytovanie služieb na adekvátnej úrovni by malo byť hlavným cieľom každého zariadenia spadajúceho do kategórie cestovného ruchu. U stravovacích zariadení obzvlášť, nakoľko potreba stravovať sa je jednou zo základných ľudských potrieb. Faktor „certifikáty kvality získané zariadením“ považujú pri výbere stravovacieho zariadenia za dôležitý viac než dve tretiny respondentov: odpoveď „veľmi dôležitý“ zvolilo 13,3 % respondentov, „skôr dôležitý“ 10,8 % respondentov, a „z časti dôležitý“ viac ako tretina opýtaných (39,2 %). Za „skôr nedôležitý“ považuje tento faktor až 25,8 % respondentov, a za „krajne nedôležitý“ 10,8 % opýtaných.

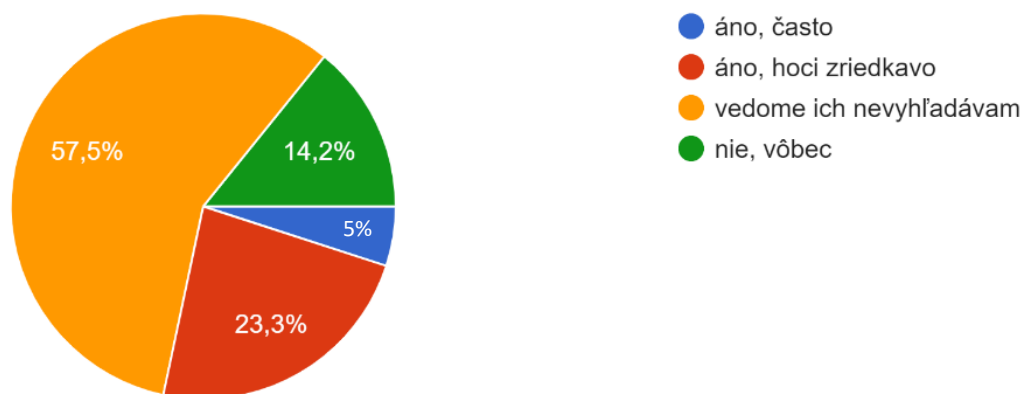
Po spracovaní odpovedí a porovnaní jednotlivých grafov nám vyplýva nasledujúce zoradenie dôležitosti jednotlivých faktorov pri výbere stravovacieho zariadenia: 1. zdravotná nezávadnosť využitých surovín; 2. cena; 3. šírka ponuky; 4. pôvod využitých surovín; 5. certifikáty kvality získané zariadením.

Navštevujete stravovacie zariadenia využívajúce biopotraviny?

Otázkou sme sa pokúšali zistiť súčasný záujem o stravovacie zariadenia využívajúce biopotraviny, prípadne frekvenciu ich navštevovania respondentmi. Nadpolovičná väčšina respondentov (57,5 %) uviedla, že vedome tento druh stravovacích zariadení nevyhľadáva,

naopak vedome ich navštevuje 28,3 % opýtaných (z toho 5 % respondentov často a 23,3 % respondentov zriedkavo). Bio-reštauračné zariadenia nevyhľadáva ani nenavštevuje 14,2 % opýtaných.

Graf č.9: Frekvencia navštevovania stravovacích zariadení využívajúcich biopotraviny



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Uvítali by ste, keby Vami navštevované stravovacie zariadenia zaradilo do svojho jedálneho lístka biopotraviny?

Vzhľadom na praktickú časť bakalárskej práce, ktorej cieľom bolo navrhnúť spôsob implementácie biopotravín do vybraného stravovacieho zariadenia, bolo pre nás dôležitým zistiť, za akých podmienok by spotrebitelia danú zmenu uvítali. Takmer štvrtina (24,2 %) respondentov uviedla, že by danú zmenu uvítali i v prípade mierneho nárastu cien a zúženia ponuky, 48,3 % opýtaných uviedlo, že by danú zmenu uvítali iba v prípade zachovania ceny aj ponuky. Tento výstup bol takisto kľúčovým pri tvorbe návrhov a odporúčaní pre nami vybrané stravovacie zariadenie. Až 25,8 % respondentov uviedlo, že im na zaradení biopotravín do jedálneho lístka nimi navštevovaného zariadenia nezáleží; iba 1,7 % opýtaných uviedlo, že by boli proti akejkol'vek zmene.

Graf č.10: Vyjadrenie preferencie pre zaradenie biopotravín do jedálneho lístka



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Zohráva u Vás pri nákupe potravín (vo všeobecnosti; nie výhradne biopotravín) dôležitú úlohu dodávateľ?

Otázkou sme zisťovali preferencie spotrebiteľov ohľadom pôvodu dodávateľa potravín, ktoré konzumujú. Takmer polovica respondentov (49,2 %) uviedla, že preferuje nákup od domácich dodávateľov pri konkrétnych druhoch potravín. Otvorenou pod-otázkou sme opäť zisťovali, o aké druhy potravín ide. Výstup bol jednoznačný – najfrekvencovanejšími odpoveďami sa opäť stali živočíšne produkty a výrobky z nich. Zvyšných 50,8 % respondentov bolo odpoveďami rozdelených do štyroch takmer identických kategórií: výhradne od lokálnych dodávateľov nakupuje 10,8 % opýtaných, výhradne od slovenských a českých dodávateľov nakupuje 14,2 % respondentov, od dodávateľov v rámci Európskej únie nakupuje 13,3 % respondentov a 12,5 % opýtaných uviedlo, že im na výbere dodávateľa nezáleží.

Graf č.11: Dôležitosť dodávateľa pri nákupe potravín



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

Myslíte si, že stále stojí za to robiť na biopotraviny reklamu?

V jednej z predchádzajúcich otázok vysoké percento respondentov uviedlo, že nenakupujú biopotraviny z dôvodu nedôvery v „naozaj bio“. Považovanie označenia potraviny za „bio“ iba za marketingový ťah je vzhľadom na vyššiu cenu daného výrobku pochopiteľné. Avšak, pri nákupe biopotravín je dôležité sledovať označenia certifikovaného výrobku na obale; v tom prípade je zámena bio výrobku len za akúsi napodobeninu nemožná. Respondentom sme teda položili otázku týkajúcu sa marketingu biopotravín. Až 43,3 % respondentov uviedlo, že propagovanie biopotravín pomocou reklamy má zmysel, hoci ich konečné rozhodnutie to neovplyvní, 22,5 % respondentov uviedlo že reklama často ovplyvňuje aj ich vlastný výber. Pätina respondentov (20 %) sa k danej otázke nevedela vyjadriť, zatiaľ čo 14,2 % opýtaných uviedlo ako svoju odpoveď „nie“.

Graf č.12: Relevantnosť reklamy na biopotraviny



Zdroj: vlastné spracovanie na základe vykonaného spotrebiteľského prieskumu

4.3 Návrhy a odporúčania pre zaradenie biopotravín do jedálneho lístka

Na základe poznatkov a informácií získaných od respondentov (a rovnako tak i zo sekundárnych teoretických zdrojov) sme vypracovali návrhy a odporúčania týkajúce sa zapojenia väčšieho množstva biopotravín do jedálneho lístka stravovacích zariadení.

Vybrané stravovacie zariadenie Iná Haluška, s. r. o. je podľa výsledkov plynúcich zo spotrebiteľského prieskumu ideálnym kandidátom na aplikáciu nami vypracovaných teoretických návrhov do praxe. Až 64,1 % respondentov záleží na pôvode potravín, a na základe ich odpovedí na otvorenú pod-otázku vieme, že je to najmä pri nasledujúcich skupinách potravín: mlieko a mliečne výrobky, mäso a mäsové výrobky, vajíčka. Ide teda najmä o potraviny živočíšneho pôvodu. Ako už bolo spomenuté pri charakteristike nami

vybraného subjektu, jeho ponuka je dostatočne špecifická na to, aby sa jednotlivé suroviny dali zameniť za tie nekonvenčného pôvodu, bez akýchkoľvek zmien v šírke ponuky.

Podľa spotrebiteľov je najväčšou prekážkou pri nákupe a konzumácii biopotravín cena. Tá je často oveľa vyššia ako cena konvenčných potravín a disponibilné dôchodky slovenských spotrebiteľov nie sú prispôbené na úplné vylúčenie konvenčných potravín z jedálničkov. Rovnako tak je to i pri stravovacích zariadeniach – tie s bio ponukou sú o niekoľko cenových kategórií vyššie než tie, ktoré čerpajú od necertifikovaných bio dodávateľov. Naše riešenie na prekonanie danej bariéry je nasledujúce: vďaka lokalizačnej polohe podniku je možné zaradiť biopotraviny do jedálneho lístka bez nutného zvyšovania cien. Dosiahnuť tento cieľ je možné pomocou vytvorenia exkluzívneho odberateľsko-dodávateľského kontraktu medzi nami vybraným stravovacím zariadením a väčším počtom malých a stredných (často možno povedať až „rodinných“) bio hospodárstiev, nachádzajúcich sa v okruhu do 200 km. Iná haluška, s. r. o. je vzhľadom na veľkosť podniku a počet zákazníkov schopná zaobstarat' dostatočné množstvo surovín na obsiahnutie svojho objemu výroby aj týmto spôsobom. Veľkoobchodný, množstevný a pravidelný odber od zazmluvnených dodávateľov by vedel zaručiť nielen nižšie ceny na základe nákupu bez sprostredkovateľa, ale aj na základe zliav, ako napr. množstevná zľava alebo zľava za vernosť. V rámci spolupráce by bol názov konkrétneho dodávateľa zverejnený v jedálnom lístku v tlačenej forme, ale i na internetovej stránke. Výhodou pre dodávateľov by bol taktiež stabilný príjem získaný zo zásobovania. Možnými dodávateľmi pre nami vybrané stravovacie zariadenia sú nasledovní:

- BIO farma Zelený Klátov (mlieko, mliečne výrobky); vzdialenosť 57 km,
- BIO farma Stupava (kozie a ovčie mlieko, mliečne výrobky); vzdialenosť 75 km,
- BIO farma Turie (hovädzí dobytok); vzdialenosť 150 km,
- BIO farma Babičkin dvor (hydina, vajíčka); vzdialenosť 165 km.

Vzhľadom na krátku vzdialenosť a „lokálnosť“ dodávateľov by sme zároveň vyšli v ústrety 74,2 % respondentov, ktorí uviedli, že preferujú nákup potravín od dodávateľov z bližšieho okolia (a najmä ak ide o konkrétne druhy potravín). Rovnako tak by bol podporený argument viacnásobne spomenutý pri odpovediach k otázke, prečo ľudia nakupujú biopotraviny – podporujú lokálnych dodávateľov a udržujú prítok finančných prostriedkov do našej štátnej ekonomiky.

Ďalšou bariérou pre zaradenie biopotravín do jedálnečka stravovacieho zariadenia môže byť nedôvera konzumentov v to, že využívané suroviny sú skutočne “bio”. Táto odpoveď totiž kvantitatívne vynikala ako druhý faktor priamo za cenou. Zariadenie by tým pádom stratilo konkurenčnú výhodu i napriek svojim snahám. Tento problém by sa vo všeobecnosti mohol dať vyriešiť prostredníctvom vytvorenia online databázy/zoznamu certifikovaných bio-reštauračných zariadení v konkrétnych mestách či krajoch, ktoré by bolo možné jednoducho dohľadať. Išlo by o registráciu na základe osvedčenia o využívaní bio surovín od lokálnych dodávateľov. Konzumentom by to uľahčilo orientáciu v dostupnej ponuke a jednotlivým podnikom zasa zvýšilo prílev potenciálnych zákazníkov.

Posledným návrhom na zvýšenie celkového počtu zariadení v cestovnom ruchu, ktoré využívajú biopotraviny, je predloženie žiadosti o štátne dotácie na nákup biopotravín od lokálnych dodávateľov. Rovnako tak, ako sú vytvorené rôzne regionálne či štátne agrodotácie pre existujúce aj novovzniknuté bio farmy; boli by tieto aj pre stravovacie zariadenia, ktoré by sa rozhodli pre konverziu, viac ako prospešné. S cieľom zachovania ceny a záujmu spotrebiteľov by išlo o určité stanovené percento zo sumy danej potraviny v prípade, že by bola drahšia ako jej konvenčný variant. V záujme rýchlejšieho rozvoja a nárastu počtu bio zariadení v cestovnom ruchu je štátna legislatívna pomoc významným faktorom.

Záver

Problematika biopotravín sa stáva každým rokom aktuálnejšou. Nároky spotrebiteľov na kvalitu a pôvod potravín sa neustále zvyšujú, spolu so zvyšujúcim sa životným štandardom vo vyspelých krajinách sveta. Hoci nie je priamo dokázaná výživová nadradenosť biopotravín nad konvenčnými potravinami, biopotraviny obsahujú markantne nižšie množstvo chemikálií, antibiotík, pesticídov či iných škodlivých látok. Kúpou výrobku s označením „bio“ (získaným od niektorej z certifikovaných inšpekčných organizácií) si tak spotrebiteľ môže byť istý jeho úplnou zdravotnou nezávadnosťou a špecifickými vlastnosťami. Na území Slovenskej republiky priamo pôsobia tri inšpekčné organizácie vydávajúce certifikát bio kvality – Naturalis SK, Biokont CZ a EKO-KONTROL.

Medzi ďalšie motivačné faktory ovplyvňujúce kúpu biopotravín patria okrem absolútnej zdravotnej nezávadnosti aj zloženie, pôvod, čerstvosť a chuť. Naopak, to čo spotrebiteľa najviac demotivuje je cena danej skupiny potravín.

Stravovacie zariadenia, či tie v zahraničí alebo na Slovensku, sa rovnako ako konečný spotrebiteľ, čím ďalej tým viac zaoberajú touto problematikou. Snažia sa udržať svoje postavenie na trhu a získavať zákazníkov pomocou implementácie najnovších trendov do svojej ponuky. Existuje však niekoľko bariér v spojení s biopotravinami, ktoré musia prekonávať, s cieľom zachovania kvality i finančnej hodnoty ponúkanej služby.

Cieľom bakalárskej práce bolo nie len spracovať problematiku biopotravín, ich zaradenia do jedálničiek stravovacích zariadení a navrhnúť odporúčania v tejto oblasti, ale taktiež zistiť záujem spotrebiteľov o daný krok. Na základe spracovaných výsledkov nášho prieskumu vieme povedať, že spotrebiteľom je pojem „biopotraviny“ známy. Rozdiel medzi konvenčnými potravinami a biopotravinami vnímajú najmä pri určitých skupinách potravín – sú nimi mlieko a mliečne výrobky, mäso a mäsové výrobky, vajčka, zelenina či ovocie. Preto považujeme implementáciu vybraných skupín potravín do jedálnych lístkov stravovacích zariadení ako správny krok pre získanie konkurenčnej výhody. Z dotazníku vyplýva i skutočnosť, že spotrebiteľia by uvítali, keby stravovacie zariadenia zaradili do svojej ponuky biopotraviny od lokálnych dodávateľov, avšak s podmienkou zachovania cien a možností výberu.

Všetkým stravovacím zariadeniam, ktoré v priebehu svojej existencie zaradili, alebo zaradia do svojej ponuky biopotraviny odporúčame zjednotenie sa v jednom online registri, kde by spotrebiteľ vedel jednoducho a ľahko získať prístup k zariadeniam vo svojom okolí. Nepriamo demotivujúcim faktorom pre výber bio stravovacieho zariadenia môže byť totiž

i zlá informovanosť o existencií. Rovnako odporúčame nadviazať úzku spoluprácu s lokálnymi, menšími či rodinnými farmármi, ktorý využívajú princíp ekologického poľnohospodárstva, a týmito exkluzívnymi kontraktmi znížiť cenu nakupovaných biopotravín. Možnosť zlepšenia vidíme aj v žiadosti o štátne dotácie pre dané reštaurácie, ktoré by pokryli rozdiel v cene nakupovanej biopotraviny v porovnaní s jej konvenčným variantom.

Zoznam použitej literatúry

- Bio spotrebiteľ, *Označovanie bioproduktov a biopotravín*, 30.06.2013 [online]. [cit. 2021-03-12]. Dostupné na internete: <http://www.biospotrebiteľ.sk/biopotraviny-bioprodukty/oznacovanie-bioproduktov.htm>
- CURÍĆ, J. a kol., 2016. *Interdependence of Agricultural Production and Environment and the Road to Sustainable Development*, 30.12.2016 [online]. [cit. 2021-05-12]. Dostupné na internete: <https://sciendo.com/article/10.1515/contagri-2016-0017>
- Ekosídla, *Kontrola, certifikácia a označovanie potravín*, [online]. [cit. 2021-02-12]. Dostupné na: <https://ekosidla.digitalne.sk/kontrola-certifikacia-a-oznacovanie-biopotravin.html>
- EURACTIV, *Ekopotraviny sú zdravšie: Komisia predstavila plán na podporu ekofariem*, 29.03.2021 [online]. [cit. 2021-14-12]. Dostupné na internete: <https://euractiv.sk/section/ekonomika-a-euro/news/ekopotraviny-su-zdravsie-komisia-predstavila-plan-na-podporu-ekofariem/>
- European Commission, *Aims of organic farming*, 23.09.2021 [online]. [cit. 2021-25-10]. Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance_en
- Európsky parlament a rada Európskej únie, 2007, Úradný vestník Európskej únie, *Nariadenie rady (ES) č. 834/2007 o ekologickej výrobe a označovaní ekologických produktov, ktorým sa zrušuje nariadenie (EHS) č. 2092/91*, [online]. [cit. 2021-01-10]. Dostupné na internete: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN-SK/TXT/?from=SK&uri=CELEX%3A32007R0834>
- Európsky parlament, *Biopotraviny: Kvalitnejšie produkty a podpora výroby*, 19.04.2018 [online]. [cit. 2021-25-10]. Dostupné na: <https://www.europarl.europa.eu/news/sk/press-room/20180411IPR01523/biopotraviny-kvalitnejšie-produkty-a-podpora-vyroby>
- Európsky parlament, *Trh s biopotravinami v EÚ: Fakty a pravidlá*, 11.04.2018 [online]. [cit. 2021-23-10]. Dostupné na internete: <https://www.europarl.europa.eu/news/sk/headlines/society/20180404STO00909/trh-s-biopotravinami-v-eu-fakty-a-pravidla>
- FORMAN, Joel, Janet SILVERSTEIN, 2012. *Organic Foods: Health and Environmental Advantages and Disadvantages*, 01.11.2012 [online]. [cit. 2021-02-11]. Dostupné na internete:

<https://publications.aap.org/pediatrics/article/130/5/e1406/32522/Organic-Foods-Health-and-Environmental-Advantages>

- GÚČIK, M. a kol. 2004. *Krátky slovník cestovného ruchu*, Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2004. 174 s. ISBN 80-88945-73.
- HORNER, Susan, John SWARBROOKE, 2003. *Cestovný ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9
- CHAIT, J., 2019. *Reasons for restaurants to go organic*, 20.11.2019 [online]. [cit. 2021-20-12]. Dostupné na internete: <https://www.thebalancesmb.com/restaurants-go-organic-2538365>
- IFOAM Organics International, *Principles of organic agriculture*, 06.03.2020 [online]. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na internete: <https://www.ifoam.bio/principles-organic-agriculture-brochure>
- Independence Blue Cross, *Organic vs. Non-organic: The pros and cons*, 06.02.2020 [online]. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na internete: <https://www.phillyvoice.com/organic-vs-non-organic-pros-and-cons-059991/>
- NAGY-PÉRCSE Kinga, Csaba FOGARASSY, 2019, *Important Influencing and Decision Factors in Organic Food Purchasing in Hungary*, [online]. [cit. 2021-28-10]. Dostupné na internete: <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v11y2019i21p6075-d282385.html>
- ORIEŠKA, J. 2011. *Služby v cestovnom ruchu*. 1. časť. Banská Bystrica: DALI-BB, 2011. 140 s. ISBN 978-80-89090-93-8.
- PADDOCK, C., 2007. *Organic food is more nutritious say EU researchers*, 29.10.2007 [online]. [cit. 2021-12-12]. Dostupné na internete: www.medicalnewstoday.com/articles/86972
- PATÚŠ, Peter, Marián GÚČIK, Jaroslava MARUŠKOVÁ. 2011. *Manažment prevádzky pohostinského zariadenia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2011. 179 s. ISBN 978-80-890909-94-5.
- ŠENKOVÁ, Anna, Jiří VANÍČEK. *Teoretické východiská gastronómie, stravovacích a cateringových služieb*, Prešov: Mladá Veda, č.8, 2017. ISSN 1339-3189.
- Štátna veterinárna a potravinová správa SR, *Biopotraviny*, [online]. [cit. 2021-26-10]. Dostupné na internete: https://www.svps.sk/potraviny/info_biopotraviny.asp

- UC Davis Health, *Are organic foods really healthier?*, 05.04.2019 [online]. [cit. 2021-20-10]. Dostupné na internete: <https://health.ucdavis.edu/blog/good-food/are-organic-foods-really-healthier-two-pediatricians-break-it-down/2019/04>
- Unilabs, *Sú skutočne bio?*, 04.03.2021 [online]. [cit. 2021-01-10]. Dostupné na internete: <https://www.unilabs.sk/casopis-invito/su-skutocne-bio>
- Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky v Bratislave, *Právne predpisy pre činnosť ÚKSÚP*, [online]. [cit. 2021-23-10]. Dostupné na internete: <https://www.uksup.sk/sk/o-nas-legislative>
- Zákon o ekologickom poľnohospodárstve a výrobe biopotravín č. 224/1998 Z. z. (§ 2)
- ŽIVĚLOVÁ, Iva, Jaroslav JÁNSKÝ, Tereza KOUDELKOVÁ. *The analysis of contemporary markets with selected organic products in the Czech Republic and in selected foreign countries*, Brno: Zemědělská ekonomika, č. 9, 2005. ISSN 0139-570X.

Zoznam príloh

Príloha č.1: Dotazník