

Motívy a bariéry nákupu biopotravín na Slovensku¹

Alica Lacková²

Motives and Barriers of Buying Organic Food in Slovakia

Abstract

This article is aimed at identifying motives and barriers of buying organic products on the Slovak market. Organic food market in other countries of the European Union is developing in a more positive direction than in Slovakia. Demand for organic food is much bigger and more intense. In comparison with the Western countries, the Slovak organic food market is minor and lags behind considerably in both production and selling of the products. The main causes of the current state mainly include significantly lower consumer awareness of organic food and organic farming principles resulting in low demand for these products. The low demand is also caused by the relatively high prices of organic food, which is one of the major obstacles of their purchase.

Key words

Organic food, ecological farming, conventional farming

JEL Classification: Q13

Úvod

Nároky súčasných spotrebiteľov na kvalitu potravín sa v ekonomicky vyspelých krajinách neustále zvyšujú. Požadujú výrobky, ktoré by zabezpečovali ich dobrú telesnú a duševnú kondíciu dosahovanú prostredníctvom uvedomelej, ale nereštriktívnej výživy. So stúpajúcim trendom civilizačných ochorení rastie nedôvera spotrebiteľov voči konvenčne vyrábaným potravinám, ktoré považujú za kontaminované rôznymi chemickými látkami. Preto sa aj na našom trhu čoraz viac uplatňuje špecifická skupina potravínarských výrobkov označovaných ako biopotraviny.

Osobitosť biopotravín vyplýva najmä zo striktné vymedzených podmienok ich produkcie, ktorých dodržiavaním sa eliminuje negatívny vplyv výroby na životné prostredie ako aj obsah chemických látok vo finálnych produktoch. Význam biopotravín však vyplýva nielen z ekologických, ale aj ekonomických prínosov ich produkcie, pretože ekologické poľnohospodárstvo prispieva predovšetkým k tvorbe nových pracovných príležitostí.

Trh biopotravín je na Slovensku ešte stále len na začiatku svojho rozvoja, aj keď počet predajní ponúkajúcich produkty ekologického poľnohospodárstva narastá. Zvýšený záujem spotrebiteľov o biopotraviny súvisí s ich snahou žiť zdravšie a konzumácia týchto výrobkov sa pre nich stáva životným štýlom.

¹ Príspevok vznikol v rámci riešenia grantového projektu VEGA č. 1/0635/14 *Stav a perspektívy rozvoja trhu biopotravín, tradičných a regionálnych potravín na Slovensku*.

² doc. Ing. Alica Lacková, CSc.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra tovaroznactva a kvality tovaru, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: alica.lackova@euba.sk

Aj napriek týmto skutočnostiam je slovenský trh s biopotravinami v porovnaní so západnými krajinami v úzadí a značne zaostáva nielen v produkcii, ale aj v predaji. Príčinou súčasného stavu je pravdepodobne okrem iného aj nedostatočná informovanosť spotrebiteľov o biopotravinách a princípoch ekologického poľnohospodárstva.

Smerovanie Slovenskej republiky v oblasti rozvoja ekologickej výroby sa odvíja od legislatívnych podmienok EÚ. V roku 2008 bolo prijaté nové nariadenie Komisie (ES) č. 889/2008, ktorým sa ustanovujú podrobné pravidlá implementácie nariadenia Rady (ES) č. 834/2007 o ekologickej výrobe a označovaní ekologických produktov so zreteľom na ekologickú výrobu, označovanie a kontrolu (Schlosserová & Juršík, 2009).

Výroba a umiestňovanie bioproduktov a biopotravín na trhy EÚ sa riadi prísny procesom, ktorý treba dodržiavať. Konvenční poľnohospodári musia najskôr absolvovať minimálne dvojročné obdobie konverzie, skôr než môžu začať vyrábať poľnohospodárske produkty, ktoré možno predávať ako ekologické. Po celý čas musia spracovatelia aj poľnohospodári rešpektovať dôležité pravidlá uvedené v európskom nariadení. V rámci procesu podliehajú inšpekcii zo strany inšpekčných orgánov alebo kontrolných úradov EÚ, aby bolo zabezpečené dodržiavanie tohto nariadenia. Úspešným prevádzkovateľom na Slovensku je nakoniec udelený certifikát inšpekčnou a certifikačnou spoločnosťou Naturalis SK a svoje výrobky môžu označovať za ekologické.

Rozvoj poľnohospodárstva v EÚ smeruje od kvantitatívnej produkcie skôr k produkcii vyššej kvalitatívnej úrovne. Nová spoločná poľnohospodárska politika ponúka niekoľko nástrojov na takýto vývoj a jednotlivé členské krajiny EÚ majú možnosť ich využiť.

1 Metodika práce

Cieľom príspevku je identifikovať motívy a bariéry nákupu biopotravín slovenskými spotrebiteľmi. Riešenie uvedenej problematiky vyžadovalo aplikáciu metódy analýzy, ktorá umožnila rozčleniť a ďalej detailnejšie preskúmať jednotlivé teoretické poznatky získané prostredníctvom domácich aj zahraničných knižných a časopiseckých zdrojov. Metóda analýzy bola využitá aj pri spracovaní údajov získaných prostredníctvom dotazníka v rámci spotrebiteľského prieskumu (išlo predovšetkým o odpovede k otvoreným otázkam, ktoré bolo potrebné bližšie analyzovať v záujme identifikácie údajov relevantných z hľadiska cieľov prieskumu).

Pri spracovaní údajov získaných v rámci prieskumu bola využitá aj metóda syntézy, pomocou ktorej bolo možné jednotlivé výstupy zosumarizovať do podoby tabuliek a ucelených prehľadov.

Medzi vedecké metódy, ktoré boli použité, možno zaradiť aj metódu dopytovania, ako metódu zberu primárnych údajov v rámci realizovaného prieskumu. Tento bol zameraný na identifikáciu dôvodov, prečo spotrebiteľia biopotraviny nenakupujú alebo v opačnom prípade, ktoré nákupné motívy považujú v oblasti biopotravín za najvýznamnejšie. Súčasne bol dotazník orientovaný aj na vymedzenie profilu spotrebiteľov biopotravín na slovenskom trhu.

Ako nástroj zberu údajov bol použitý štandardizovaný dotazník pozostávajúci z otvorených aj uzatvorených otázok a klasifikačných údajov respondentov. Informácie

získané prostredníctvom dopytovania bolo ďalej nutné transformovať do podoby vhodnej na spracovanie a interpretovať ich pomocou analytických a štatistických metód. Z tohto dôvodu boli zhromaždené údaje spracované a potom aj vyhodnotené využitím štatistického programu Statgraphics. Jednotlivé výstupy boli upravené do podoby grafickej, tabuľkovej a písomnej interpretácie odpovedí na jednotlivé otázky dotazníka.

2 Výsledky a diskusia

Potraviny sú komoditou, ktorá predstavuje predmet dennej kúpy a spotreby ľudí. Slúžia hlavne na uspokojovanie existenčných požiadaviek, ktoré spočívajú v poskytovaní energetických a výživových látok organizmu človeka či v odstránení pocitov hladu a zabezpečení vitality konzumentov. Potraviny sú spoločensky významnou komoditou a prispievajú k vytváraniu životného štýlu človeka.

V ostatnom období sa na potraviny kladie množstvo nových nárokov a požiadaviek. Ide hlavne o požiadavky na zdravé a výživné potraviny uspokojujúce pocit pôžitku, požiadavky na potraviny, ktorých výroba nezaťažuje životné prostredie, respektíve požiadavky na potraviny živočíšneho pôvodu, pri ktorých sa šetrne zaobchádza so zvieratami. Všetky tieto nové trendy sú charakteristickým znakom pre výrobu bioproduktov, respektíve biopotravín.

2.1 Konvenčné poľnohospodárstvo

Intenzívne konvenčné poľnohospodárske systémy dosiahli vrchol svojho rozvoja v 80. rokoch 20. storočia. Systémy konvenčného poľnohospodárstva zaťažujú prírodné prostredie a krajinu, znižujú ekologickú stabilitu krajiny, spôsobujú pokles biodiverzity a autoregulačnú schopnosť agroekosystémov. Tieto skutočnosti sú odrazom agrárnej preferencie podpory výrobných funkcií poľnohospodárstva pred ekologickými (Lacko-Bartošová et al., 2005).

Významné negatíva intenzívneho pestovania rastlín sú tieto:

- používanie pesticídov, regulátorov, dusitanov a iných agrochemikálií,
- nadmerné hnojenie dusíkom (v priemyselných a organických hnojivách),
- intenzívne spracovanie pôdy,
- vysoká spotreba energie (väčšinou fosílnych zdrojov),
- použitie ťažkej mechanizácie.

Podľa Klimekovej a Lehockej (2002) pre nepriaznivé vplyvy sa vyvíjajú alternatívy, ktoré dosahy industriálneho modelu poľnohospodárstva zmiernili alebo úplne vylúčili. Termín alternatívne poľnohospodárstvo sa používa pre tie postupy, ktoré jasne redukovujú vplyv poľnohospodárstva na životné prostredie. Systémy sú založené na princípe spoluzitia človeka s prírodou, čo je často v rozpore s konvenčnými poľnohospodárskymi technikami, ktoré majú za cieľ získať od prírody čo možno najviac, a to bez ohľadu na budúce generácie. Alternatívne systémy sa preto považujú za systémy udržateľného rozvoja.

Konvenčné poľnohospodárstvo sa orientuje hlavne na kvantitu a nie kvalitu ako ekologické poľnohospodárstvo. Je charakterizované intenzívnou poľnohospodárskou veľkovýrobou. Cieľom konvenčného poľnohospodárstva je zvýšenie poľnohospodárskych výnosov a zníženie nákladov na poľnohospodársku produkciu.

Zelená revolúcia, chemické hnojivá a postreky priniesli síce zvyšovanie produkcie, ale aj mnohé negatívne následky, medzi ktoré patrí napríklad nadbytok lacných potravín s obsahom dusičnanov a so zvyškami pesticídov, zdevastované životné prostredie v podobe vyčerpanej pôdy a znečistenej vody a nie na poslednom mieste vyludňovanie vidieka. Konvenčné poľnohospodárstvo má prevahu, aj keď v mnohých krajinách EÚ sa ekologické poľnohospodárstvo rýchlo rozvíja a dostáva sa mu aj výraznej podpory zo strany štátu.

Konvenčné poľnohospodárstvo je podľa Madera a Lópera (2001) v pomerne krátkom čase schopné produkovať obrovské množstvo potravín, ale tento systém hospodárenia často zapríčiňuje vážne environmentálne a zdravotné problémy (nárast alergií a civilizačných ochorení). Dochádza k ničeniu obnoviteľných zdrojov (pôda, genetické zdroje), existuje hrozba vyhynutia niektorých rastlinných a živočíšnych druhov, dochádza k erózii, okysľovaniu a k znehodnocovaniu kvality nenahradiateľných prvkov, akými sú voda a vzduch, mení sa životné prostredie a krajina.

Protikladom konvenčného poľnohospodárstva je ekologické poľnohospodárstvo, ktoré sa rozvíja veľmi rýchlo, hlavne vo vyspelých krajinách.

2.2 Ekologické poľnohospodárstvo

Ekologické poľnohospodárstvo je vlastne agroekosystém trvalého charakteru, ktorý je založený na miestnych a obnoviteľných zdrojoch. Chráni životné prostredie, šetrí neobnoviteľné zdroje, nepoužíva umelé hnojivá a syntetické pesticídy a v neposlednom rade dbá, aby sa so zvieratami zaobchádzalo ohľaduplne. Orientuje sa hlavne na tieto oblasti:

- trvale zachovávať prirodzenú úrodnosť pôdy,
- produkovať zdravotne neškodné potraviny (biopotraviny) s vysokou nutričnou hodnotou,
- hospodárne využívať prírodné zdroje s cieľom chrániť životné prostredie,
- chov zvierat prispôbiť ich prirodzeným životným potrebám,
- využívať pestovateľské metódy, ktoré sú v súlade s prírodou a zabezpečiť základné životné podmienky, druhy,
- zabezpečiť recykláciu živín.

V prípade ekologického poľnohospodárstva ide o trvalo udržateľný poľnohospodársky systém, čo znamená, že musí byť technicky realizovateľný, biologicky a ekologicky vyvážený, sociálne akceptovateľný. Cieľom je vyprodukovať dostatok potravín v najvyššej kvalite s ohľadom na životné prostredie a sociálne faktory. Okrem toho odmieta používanie umelých hnojív, geneticky modifikovaných organizmov a syntetických pesticídov, ďalej týranie zvierat neprirodzenými spôsobmi chovu ako aj ožarovanie a používanie syntetických prídavných látok pri výrobe biopotravín (Leifert, 2007).

Ekologické poľnohospodárstvo je najrýchlejšie sa rozvíjajúcou zložkou agrosektora. Dokumentuje to rast počtu ekofariem a výmera ekologicky obhospodarovanej pôdy. Priekopníkom v ekologickom poľnohospodárstve je Česká republika, kde vznikli aj prvé spracovateľské firmy. Najväčšou českou spoločnosťou s biopotravinami je Pro-Bio. Na Slovensku ako prvá uviedla na trh slovenské biopotraviny spoločnosť Ekotrend Myjava.

Korene ekologického poľnohospodárstva siahajú na začiatky rokov 1920 – 1930, keď sa poľnohospodárska produkcia, kvalita výrobkov a ziskovosť tohto sektora v Európe začala výrazne zhoršovať. V období medzi dvoma svetovými vojnami nemecké poľnohospodárstvo uprostred ekonomických zmien našlo adekvátne riešenie v osobe R. Steinera. Jeho metódy a praktiky sú v poľnohospodárstve uplatňované dodnes. Využívajúc princípy ekologického poľnohospodárstva sa stal jedným z jeho hlavných zakladateľov (Handlechner, 2008).

Rozoznávame viaceré formy ekologického poľnohospodárstva. Niektoré novšie formy vznikli v 20. rokoch minulého storočia, ďalšie medzi 20. – 40. rokmi. Medzi tieto formy patrí aj organicko-biologické poľnohospodárstvo, ktoré vzniklo vo Švajčiarsku v 30. rokoch minulého storočia pričinením H. Müllera, ako dôsledok pomerov v poľnohospodárstve ovplyvneného veľkou hospodárskou krízou. Cieľom organicko-biologického poľnohospodárstva bolo znížiť negatívny vplyv krízy na poľnohospodárov. Tieto postupy mali znížiť produkčné náklady a zaistiť odbyt vypestovaných produktov zvýšením kvalitatívnej úrovne bioproduktov a biopotravín. V 70. rokoch sa začínali ekologickí farmári združovať do národných zväzov a neskôr do nadnárodných zoskupení, z ktorých najznámejšie IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) vzniklo v r. 1972. IFOAM sa zaoberá rôznorodou činnosťou súvisiacou s ekologickým poľnohospodárstvom počnúc osvetou, koordinačnou činnosťou, prípravou pravidiel atď.

Podľa nemeckého ministerstva poľnohospodárstva a životného prostredia, ktoré sa zaoberalo analýzou produktivity a ziskovosti ekologického poľnohospodárstva oproti konvenčnému poľnohospodárstvu, bolo ekologické poľnohospodárstvo od konca 70. rokov konkurencieschopné. Rozpätie produktivity ekologických poľnohospodárov bolo vyššie o 80 – 140% v porovnaní s konvenčnou produkciou. V roku 1987 vykazovalo ekologické poľnohospodárstvo o 23 % vyšší príjem ako konvenčné poľnohospodárstvo a koncom roku 1990 zaznamenávala ekologická poľnohospodárska produkcia o 12 % väčší nárast ako konvenčná produkcia.

V súčasnosti ekologická produkcia nadobúda nové dimenzie s mohutným dynamickým rastom medzinárodného obchodu a takisto v dôsledku toho, že do oblasti predaja vstupujú na scénu supermarkety a veľké distribučné siete.

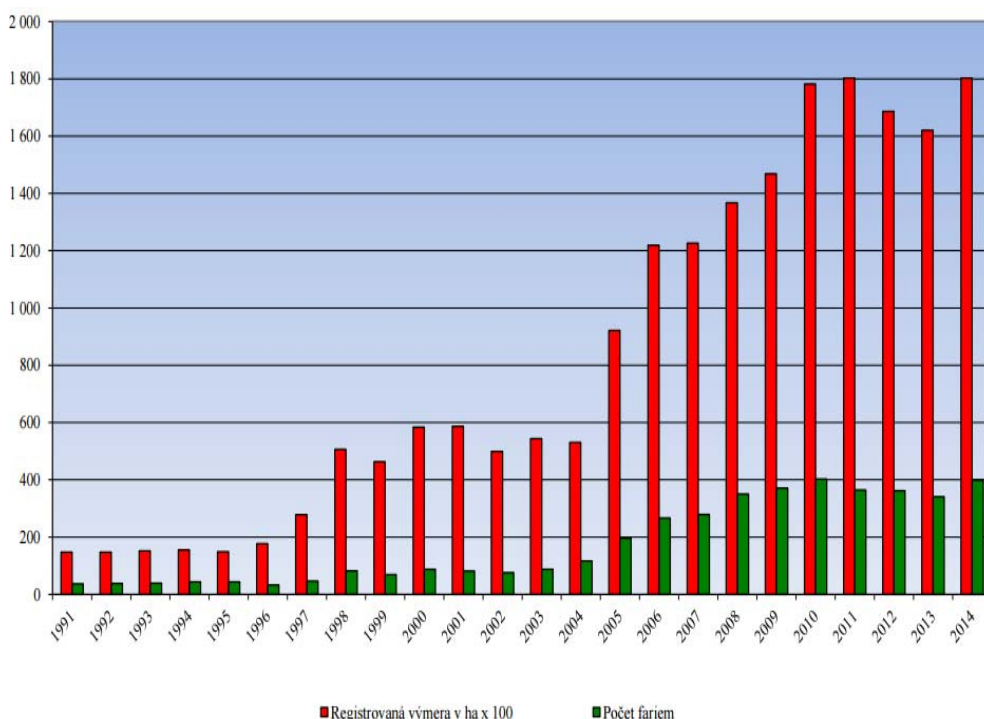
Súčasný stav plôch Európskej únie v systéme ekologického poľnohospodárstva je asi 1 – 2 % celkovej rozlohy poľnohospodárskej pôdy, nárast je predpokladaný do 10, maximálne 20 % a obchod s biopotravinami sa odhaduje asi na 5 % z celkového objemu potravín. Tento vývoj naznačuje, že percento sa bude celosvetovo veľmi rýchlo zvyšovať v prospech bioprodukcie. Najrozvinutejšiu produkciu a obchod s bioproduktmi v súčasnosti majú Rakúsko, Nemecko, Švédsko, Francúzsko, Kanada, USA. Z krajín východného bloku je to Česká republika na domácom a Maďarsko na zahraničnom trhu.

Výsledky výskumov ukázali, že aj napriek tomu, že sa príjmy ekologických poľnohospodárov znížili, výhodnejšie je ekologické poľnohospodárstvo než konvenčné (Kozáková a kol., 2012).

Ekologické poľnohospodárstvo na Slovensku má o 15 – 20 rokov mladšiu históriu než vo vyspelých štátoch Európy. Vznik a vývoj sa datuje od počiatku 90. rokov, keď vznikli prvé ekofarmy, ktoré začali hospodáriť podľa pravidiel organického poľnohospodárstva platných pre územie Slovenskej republiky. Norma bola vydaná Ministerstvom pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky podľa základných princípov a pravidiel Európskeho parlamentu deklarovaných medzinárodnou organizáciou IFOAM.

Ekologické poľnohospodárstvo zažívalo od vstupu Slovenska do Európskej únie veľký rozmach. Vďaka dotačnej politike EÚ v oblasti podpory biopotravín bolo v roku 2007 až do súčasnosti ekologické poľnohospodárstvo najdynamickejšie sa rozvíjajúcou zložkou agrosektora. Rast nezapríčinili iba dotácie, ktoré ekofarmári dostávajú navyše k priamym platbám, ale aj rastúci dopyt spotrebiteľov po kvalitných a zdravých potravinách.

Graf 1 Vývoj ekologického poľnohospodárstva v SR v rokoch 1991 až 2014



Zdroj: http://www.uksup.sk/download/eko/20150210_Vyvoj_EPV.pdf

Od vzniku prvotných, ekologicky hospodáriacich fariem zaradených do systému ekologického poľnohospodárstva uplynulo 23 rokov, pričom v roku 2005 Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky registroval 210 subjektov v systéme ekologickej poľnohospodárskej výroby. Celková výmera v roku 2005 bola 92 191 ha poľnohospodárskej pôdy, z toho bolo asi 60 000 ha v konverzii, čo predstavuje približne 5 % poľnohospodárskej pôdy SR. Z pohľadu jednotlivých druhov pozemkov je to 26 796 ha ornej pôdy, asi 555 ha ovocných sádov, 91 ha vinogradov a 64 749 ha trvalých trávnych porastov. Väčšina fariem sú podniky družstevného typu s priemernou plochou 470 ha, ktoré zväčša hospodária ekologickým aj konvenčným spôsobom. Malé

rodinné farmy, aj keď sú pomerne zriedkavé, hospodária takmer výlučne ekologicky. Graf 1 poukazuje na vývoj výmery poľnohospodárskej pôdy v ekologickom poľnohospodárstve v ha od roku 1991 do roku 2014.

V období rokov 1991 až 2004 sa výmera poľnohospodárskej pôdy v ekologickom poľnohospodárstve zvyšovala, ale až tak výrazne sa nezmenila. No v roku 2005 oproti roku 2004 nastalo prudké zvýšenie počtu ha v ekologickom poľnohospodárstve, čo sa ďalej zvyšovalo až do roku 2011, keď bolo zaznamenaných približne 180 tisíc ha. Rok 2012 priniesol oproti roku 2011 zníženie o 11 659 ha. Treba ešte pripomenúť, že v roku 2012 ekologické poľnohospodárstvo predstavovalo 8,75 % z poľnohospodárskeho pôdneho fondu Slovenska. Roky 2012 a 2013 priniesli zníženie v počte ha, čo znamená, že počet klesol na približne 160-tisíc ha, ale v roku 2014 nastalo prudké zvýšenie na úrovni roku 2011, keď bolo zaznamenaných 180-tisíc ha v ekologickom poľnohospodárstve. V roku 2014 bol aj najvyšší počet ekofariem, približne 400.

2.3 Ekologické verzus konvenčné poľnohospodárstvo

Kľúčovým dôvodom prechodu konvenčného poľnohospodára na ekologické poľnohospodárstvo je okrem stabilizovaných dotácií aj väčší záujem a ochota spotrebiteľa zaplatiť vyššiu cenu za produkt ekologického poľnohospodárstva. Tento trend môžeme pozorovať v krajinách západnej Európy. Slovenských spotrebiteľov bioproduktov je v súčasnosti na trhu málo, jedným z hlavných dôvodov je neochota spotrebiteľa, v konkurencii s lacnejšími konvenčnými výrobkami, priplatiť si za produkty z ekologického poľnohospodárstva.

Z porovnaní uvedených v tabuľke 1 vidieť, že ekologické poľnohospodárstvo je vlastne moderný spôsob hospodárenia, pričom je nevyhnutné sklbiť staré postupy s novými postupmi a myšlienkami.

Tab. 1 Základné rozdiely medzi ekologickým a konvenčným poľnohospodárstvom

	ekologické	konvenčné
Pôda	hnojom a kompostom zvyšuje prirodzenú úrodnosť pôdy, úrodná pôda zásobuje rastliny živinami	hnojí minerálnymi hnojivami, ktoré zhoršujú štruktúru pôdy
Ochrana (choroby, škodcovia)	preventívne predchádza výskytu škodcov, obmedzený výskyt toleruje, pri vyššom napadnutí používa prírodné prostriedky (napr. bakteriálne)	ničí škodcov a choroby rastlín syntetickými pesticídmi, ktoré často hubia aj užitočné organizmy
Buriny	regulujú sa preventívne (osevný postup) a mechanicky	hubia sa chemicky (herbicídy)
Geneticky modifikované organizmy	nesmú sa používať	ich používanie nie je obmedzené

Chov zvierat	podľa potrieb zvierat'a (výbeh, pastva, podstielka, dosť priestoru...)	podľa potrieb človeka (čo najviac zvierat na čo najmenší priestor, minimum práce)
Výživa zvierat	vlastným krmivom z podniku, zodpovedajúc potrebám zvierat'a	podľa krátkodobých ekonomických záujmov človeka (napr. skrmovanie mäsokostných múčiek byľinožravcom)
Liečenie zvierat	predchádzanie chorobám, nepoužíva preventívne antibiotiká, dáva prednosť prírodným a homeopatickým liekom	často preventívne podávanie antibiotík (králiky)
Životné prostredie	stará sa o krajinu, nezaťažuje ju chemikáliami, neznečisťuje vodu, pôdu, vzduch	má deštruktívny vplyv na krajinu a jednotlivé zložky životného prostredia
Vidiek	podporuje zamestnanosť, oživuje vidiek	zamestnáva ľudí v chemických koncernoch, väčšinou v cudzích veľkometách

Zdroj: Bulletin ekologického poľnohospodárstva č. 22, marec 2001, vydal zväz PRO-BIO Šumperk

Pri porovnaní konvenčného a ekologického poľnohospodárstva treba zvážiť viaceré špecifické ukazovatele, ktoré poukazujú aj na silné a slabé stránky obidvoch foriem poľnohospodárstva.

2.4 Faktory ovplyvňujúce nákup biopotravín

Z hľadiska vývoja trhu s biopotravinami je najväčším problémom okrem nezáujmu potravinárskych podnikov nedostatočne rozvinutý dopyt spotrebiteľov. Dopyt po biopotravinách je okrem všeobecne známych faktorov determinovaný aj faktormi dopytu špecifickými pre biopotraviny. Medzi tieto faktory zaradíme (Kretter, 2005):

Cenu biopotravín. Spotrebiteľská cena biopotravín je všeobecne vyššia ako cena u konvenčných potravín. Tento fakt súvisí najmä s vyššími nákladmi na ich výrobu a nižšími výnosmi. Je to jeden zo základných faktorov, ktoré ovplyvňujú dopyt. Rozdielni zákazníci sú ochotní zaplatiť rôzne ceny. Táto diferenciácia je v prípade biopotravín ešte výraznejšia.

Dostupnosť predajní s biopotravinami. Biopotraviny sa v súčasnosti predávajú predovšetkým v špecializovaných predajniach na zdravú výživu, hoci za posledné roky rastie trend predaja aj v maloobchodných reťazcoch. Z výskumov vyplýva, že spotrebiteľia sú do určitej miery ochotní ísť do vzdialenejšej predajne potravín, ak v tej, v ktorej nakupujú, biopotraviny nemajú. Ochotu nakupovať vo vzdialenejšej predajni determinuje v značnej miere aj vek spotrebiteľov. S rastúcim vekom, pochopiteľne, rastie aj neochota spotrebiteľa ísť do inej predajne.

Stravovacie návyky spotrebiteľov. Tieto návyky vychádzajú z doterajších zvyklostí a skúseností v rodine, zo zvyklostí a z tradícií v regióne, ale aj osvetu. Faktor stravovacích návykov je spojený s neochotou meniť doterajší prístup spotrebiteľa k svojmu stravovaniu. Možnosti ovplyvňovania tohto faktora sú v cielenom nasadení

nástrojov komunikačnej politiky. Reklamou môžu byť napríklad vyvolané podnety, ktoré môžu viesť k prehodnoteniu doterajších prístupov k stravovaniu.

Dôveru v biopotraviny. Táto premenná sa vzťahuje k osobe, pričom sa opiera o jej doterajšie poznatky a subjektívne predpoklady. Nedostatok informácií spôsobuje nedôveru spotrebiteľov v tieto produkty. Na zvýšenie dôvery je opäť vhodné využívať nástroje komunikačnej politiky. Propagačné opatrenia však nemajú mať len informačný charakter, ale aj emocionálny obsah ako napríklad životný štýl, životné pocity či istoty.

Motiváciu kúpy biopotravín. Všeobecným faktorom pre motiváciu spotrebiteľov je hlavne myšlienka takého hospodárenia, ktoré nezaťažuje životné prostredie. Ďalšími dôležitými faktormi motivácie sú však aj osobné zdravie, potreba zmeny stravovacích návykov alebo otázka osobnej prestíže.

Informácie o biopotravinách. Významným faktorom sú aj informácie o produkte a jeho úžitku. To obzvlášť platí pre biopotraviny, keďže sú produktom nového trendu vo výžive. Vo všeobecnosti platí, že spotrebiteľia získavajú informácie predovšetkým cez médiá. Treba preto citlivo zvažovať výber médií na šírenie informácií o biopotravinách. Takisto sa formuluje požiadavka na to, aby poskytované informácie boli úplné, zrozumiteľné a ľahko dostupné, v opačnom prípade ich spotrebiteľ môže považovať za klamlivé a zavádzajúce, čo potom môže mať negatívny vplyv na dopyt.

2.5 Identifikácia motívov a bariér nákupu biopotravín na slovenskom trhu

Na identifikáciu nákupných motívov a bariér slovenských spotrebiteľov v prípade biopotravín bol realizovaný spotrebiteľský prieskum, v rámci ktorého sa ako nástroj zberu primárnych údajov využil štandardizovaný dotazník. Na prieskume sa celkovo zúčastnilo 209 respondentov. Jednotlivým respondentom boli dotazníky zasielané v elektronickej podobe prostredníctvom emailov v textovom formáte. Získané údaje boli potom spracované a vyhodnotené využitím štatistického programu Statgraphics. Výstupy prieskumu boli v nadväznosti na to upravené do podoby grafickej, tabuľkovej a písomnej interpretácie odpovedí na jednotlivé otázky dotazníka.

V súvislosti s klasifikačnými údajmi respondentov boli zistené tieto skutočnosti. Z celkového počtu 209 respondentov predstavovalo 48 % (t. j. 100) žien a 52 % (t. j. 109) mužov. S prihliadnutím na ich vekovú štruktúru bol najvyšší počet respondentov zaznamenaný vo vekovej kategórii „56 a viac rokov“ (23 %, čo celkovo predstavovalo 47 respondentov). Z hľadiska členenia podľa krajov pochádzal najvyšší počet respondentov z Prešovského kraja (15 %, t. j. 31 respondentov) a v súvislosti s rozdelením respondentov na základe najvyššieho stupňa dosiahnutého vzdelania uviedlo najviac respondentov stredoškolské vzdelanie ukončené maturitou (33 %, t. j. 69 respondentov). Takmer dve tretiny respondentov uviedli výšku svojho čistého mesačného príjmu v rozhraní od 500 do 1 000 eur (63 %, t. j. 132 respondentov).

Cieľom úvodnej otázky dotazníka bola **identifikácia predstáv, ktoré u respondentov evokuje samotný pojem biopotraviny**. Zaznamenané odpovede (spolu s ich kvantifikáciou) sú znázornené v tabuľke 2.

Tab. 2 Vnímanie pojmu biopotraviny spotrebiteľmi

Reakcie uvedené v rámci dotazníka	Počet odpovedí	Podiel (v %)
potraviny, pri výrobe ktorých neboli použité chemické látky	194	87,8
produkty ekologického poľnohospodárstva	9	4,1
potraviny vyrobené z biosurovín	5	2,2
potraviny vyprodukované na biofarmách	4	1,8
potraviny z domácej produkcie	4	1,8
„zdravé“ potraviny	4	1,8
potraviny bez geneticky modifikovaných organizmov (GMO)	1	0,5
Celkový súčet odpovedí:	221	100 %

Zdroj: Spracované na základe výsledkov vlastného prieskumu

Až v 194 prípadoch z celkového počtu 221 zaznamenaných odpovedí respondenti uviedli, že pojem „biopotraviny“ si spájajú s predstavou potravín, ktoré boli vyprodukované *bez použitia chemických prostriedkov* (pesticídov či umelých hnojív v prípade potravín rastlinného pôvodu, hormónov a antibiotík u potravín živočíšneho pôvodu). Deväť respondentov vníma pod pojmom biopotraviny *produkty ekologického poľnohospodárstva*, pre päť opýtaných predstavujú biopotraviny *potraviny vyrobené z biosurovín*. Štyria respondenti vnímajú biopotraviny ako *potraviny vyprodukované na biofarmách*, respektíve ako *potraviny pochádzajúce z domácej produkcie*. Rovnaký počet respondentov vníma biopotraviny ako *zdravé potraviny* či *potraviny obsahujúce zdraviu prospešné látky*. Jeden respondent uviedol, že pod pojmom biopotraviny, naopak, chápe potraviny, ktoré neobsahujú „látky“, ktoré zdraviu neprospievajú – v tomto prípade *geneticky modifikované organizmy* (GMO).

Ďalšia otázka dotazníka bola zameraná na **identifikáciu názorov respondentov na rozdiely medzi biopotravinami a konvenčnými potravinami**. Uvedením odlišností, vnímaných potenciálnymi aj reálnymi spotrebiteľmi týchto produktov, možno odhaliť prípadné mylné, respektíve chybné predstavy spotrebiteľov v súvislosti s biopotravinami. Identifikáciu takýchto neurčitých či mylných predstáv možno pritom považovať za jeden zo základných predpokladov pre ďalšiu implementáciu krokov zameraných na ich odstránenie. Súhrnný prehľad odpovedí respondentov na uvedenú otázku je zobrazený v tabuľke 3. Jednotlivé odpovede sú rozdelené do dvoch podskupín – *pozitívne* a *negatívne aspekty* biopotravín.

Z celkového počtu 198 zaznamenaných odpovedí patrilo 166 (t. j. 83,8 %) z nich **pozitívnym aspektom** biopotravín v porovnaní s konvenčnými potravinami. Najväčší počet respondentov vníma ako hlavný rozdiel celkový *pozitívny účinok biopotravín na ľudské zdravie* (najmä ako dôsledok nepoužívania chemických prostriedkov v rámci ich produkcie). Veľká časť respondentov potom uvedený názor aj bližšie špecifikovala doplnením, že biopotraviny majú *vyššiu výživovú hodnotu, menší obsah tuky*, respektíve, že sú *lahšie stráviteľné* ako konvenčné potraviny. Jeden z respondentov však napríklad uviedol, že biopotraviny nesú „*pozitívny náboj*“ a majú lepší vplyv na ľudskú psychiku ako potraviny, ktoré z ekologického poľnohospodárstva nepochádzajú.

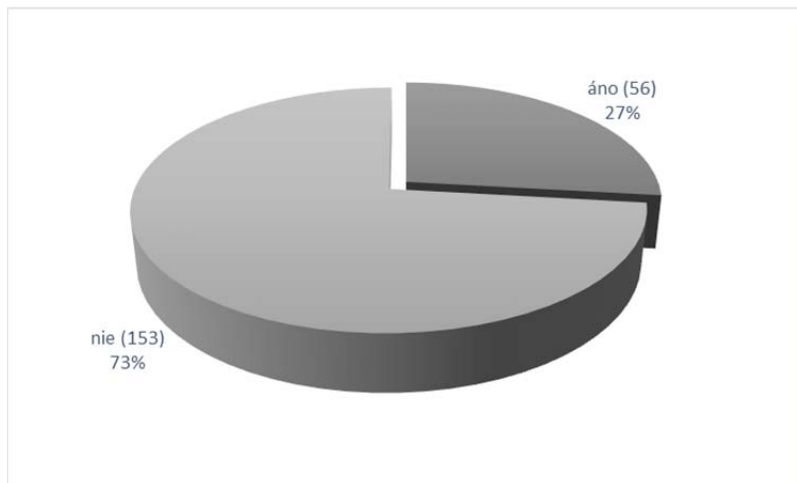
Tab. 3 Rozdiely medzi biopotravinami a konvenčnými potravinami

Pozitívne aspekty biopotravín	Počet odpovedí	Podiel (v %)
zdravšie	111	56,2
kvalitnejšie	3	1,5
lepšia chuť	8	4,0
vyššia výživová hodnota	5	2,5
vyšší podiel aromatických látok	2	1,0
ľahšia stráviteľnosť	3	1,5
menší obsah vody	2	1,0
menší obsah tuku	2	1,0
bez GMO	5	2,5
„pozitívny náboj“ biopotravín	1	0,5
dôraz na špecifické vlastnosti potravín	2	1,0
ochrana životného prostredia	2	1,0
humánnejší prístup k hospodárskym zvieratám	12	6,1
prísnejšie kontrolované podmienky produkcie	8	4,0
Počet odpovedí:	166	83,8 %
Negatívne aspekty biopotravín	Počet odpovedí	Podiel (v %)
vyššia cena	21	10,7
kratšia doba trvanlivosti	5	2,5
odpudivejší vzhľad	3	1,5
horšia dostupnosť	2	1,0
horšia chuť	1	0,5
Počet odpovedí:	32	16,2 %
Celkový súčet odpovedí:	198	100 %

Zdroj: Spracované na základe výsledkov vlastného prieskumu

Ako hlavný **negatívny aspekt**, vnímaný pri porovnaní biopotravín a konvenčných potravín, bola identifikovaná ich relatívne *vysoká cena*.

Graf 2 poskytuje prehľadné znázornenie počtu respondentov v závislosti od skutočnosti, **či biopotraviny nakupujú**. Z uvedeného grafu vyplýva, že na otázku súvisiacu s nákupom biopotravín odpovedalo *kladne* celkovo 56 z 209 respondentov (t. j. 27 %) a *záporne* odpovedalo celkovo 153 respondentov (t. j. 73 %). To znamená, že viac ako dve tretiny opýtaných respondentov biopotraviny nenakupuje.

Graf 2 Nákup biopotravín

Zdroj: Spracované na základe výsledkov vlastného prieskumu

Tab. 4 Nákupné bariéry v prípade biopotravín

Nákupné bariéry	Počet odpovedí	Podiel (v %)
vysoká cena biopotravín	102	40,5
nevidím dôvod ich nákupu (nemyslím si, že sú kvalitnejšie, zdravšie či chutnejšie)	47	18,7
„BIO“ považujem len za módnny trend	43	17,1
nedostatok informácií (o výhodách, či miestach nákupu biopotravín)	41	16,3
málo predajných miest	17	6,7
iný dôvod	2	0,7
Celkový súčet odpovedí:	252	100 %

Zdroj: Spracované na základe výsledkov vlastného prieskumu

V tabuľke 4 je k dispozícii prehľad odpovedí na otázku súvisiacu s **dôvodmi, prečo respondenti biopotraviny nenakupujú** (odpovede boli zaznamenané od 153 respondentov, ktorí na predchádzajúcu otázku odpovedali záporne).

Vzhľadom na skutočnosť, že pri danej otázke bolo možné uviesť viac odpovedí, nie sú výstupy znázornené v grafickej, ale v tabuľkovej podobe.

Pre väčšinu respondentov (102) predstavovala hlavnú bariéru nákupu biopotravín *vysoká cena* týchto produktov. V súvislosti s poslednou možnosťou odpovede („iný dôvod“) boli ako odpovede zaznamenané, že respondenti nikdy nenapadlo kúpiť si biopotraviny, pretože ich nákup si spája s ľuďmi, ktorí sú na jedlo senzibilnejší, respektíve odpoveď, že respondent biopotraviny nekupuje, pretože je vegán a biopotraviny sú podľa jeho názoru zväčša živočíšneho pôvodu.

Za hlavné dôvody vyššej ceny považujú respondenti finančne a časovo náročnejšiu produkciu, nižšiu výnosnosť produkcie (v zmysle vyšších strát spôsobených odmietaním chemických prostriedkov v rámci produkcie), vyššiu kvalitu, prípadne tú skutočnosť, že sú súčasťou aktuálneho, veľmi „módneho“ ekologického trendu – v zahraničí je tento typ tovaru označovaný aj ako tzv. „luxury goods“, čiže luxusný tovar. V nadväznosti na uvedené treba takisto poukázať na fakt, že viacerí respondenti považujú biopotraviny čisto iba za marketingový trik a „biznis“.

V ďalších otázkach, týkajúcich sa motívov nákupu, boli zaznamenané odpovede 56 respondentov, ktorí na otázku, či nakupujú biopotraviny, odpovedali *kladne*.

Tab. 5 Poradie nákupných motívov v prípade biopotravín

Poradie	Nákupné motívy
1.	biopotraviny považujem za zdravšie, bezpečnejšie či kvalitnejšie
2.	ochrana životného prostredia
3.	biopotraviny sú chutnejšie
4.	lepšie životné podmienky hospodárskych zvierat
5.	biopotraviny sú „in“ (sú moderné)

Zdroj: Spracované na základe výsledkov vlastného prieskumu

V rámci otázky, aké **poradie nákupných motívov biopotravín** by zvolili, mali respondenti k dispozícii päť možností odpovedí, pričom z týchto bolo potrebné zostaviť poradie v závislosti od významu, ktorý jednotlivým možnostiam respondenti prikladajú. Výsledné poradie nákupných motívov, ku ktorému sa dospelo stanovením priemeru individuálnych hodnotení, je uvedené v tabuľke 5.

Ako vidieť z vyššie uvedenej tabuľky, za najvýznamnejší nákupný motív v prípade biopotravín považujú respondenti fakt, že biopotraviny sú v porovnaní s konvenčnými potravinami vnímané ako *zdravšie, bezpečnejšie* či *kvalitnejšie*. Naopak, najmenší význam, ako dôvodu pre nákup biopotravín, prikladajú respondenti skutočnosti, že ekologický prístup k potravinám je v súčasnosti považovaný za veľmi *moderný*.

Záver

Všeobecne možno konštatovať, že propagáciu biopotravín na Slovensku nevníma väčšina respondentov ako dostatočne intenzívnu a informovanosť spotrebiteľov o biopotravinách nie je stále na požadovanej úrovni, v dôsledku čoho nákup týchto produktov nie je spotrebiteľmi uprednostňovaný. V rámci prieskumu boli zadefinované motívy aj bariéry kúpy biopotravín. Ako najvýraznejšia bariéra bola identifikovaná vysoká cena, naopak, motívom ku kúpe takéhoto produktu je presvedčenie spotrebiteľov o jeho vysokej kvalite, bezpečnosti a pozitívnom vplyve na zdravie človeka.

Výsledky prieskumu poukázali tiež na to, že budúcnosť biopotravín je obmedzená ekonomickými faktormi, pretrvávajúcim konzervatívnym prístupom niektorých spotrebi-

tel'ov (najmä vyššej vekovej kategórie) a ich čiastočnou nedôverou, či nejde len o marketingový trik, prípadne módnú vlnu, čo vyplýva z nedostatočnej informovanosti.

Na základe zistených údajov možno konštatovať, že iba v tom prípade, ak bude cieľový segment o špecifických prínosoch biopotravín využitím vhodných marketingových nástrojov informovaný, stane sa pre predajcov dosiahnuteľným.

Zoznam bibliografických odkazov

- Handlechner, M. (2008). *Organic food*. Mníchov: München GRIN Verlag GmbH.
- Klimeková, M., & Lehocká, Z. (2002). Kvalita v ekologickom poľnohospodárstve – mýtus alebo realita. In Zborník z medzinárodnej konferencie Perspektívy rozvoja trhu s biopotravinami na Slovensku (s. 83-87). Piešťany: VÚRV.
- Kozáková, J., Paška, L., Lančarič, D., & Savov, R. (2012). *Ekologické poľnohospodárstvo*. Nitra: SPU Nitra.
- Kretter, A. (2005). Faktory dopytu po biopotravinách a postoje spotrebiteľ'a. *Acta oeconomica et informatica*, 8(1), 9-13.
- Lacko-Bartošová, M. et al. (2005). *Udržateľné a ekologické poľnohospodárstvo*. Nitra: SPU Nitra.
- Leifert, C. (2007). *Handbook of organic food safety and quality*. Cambridge: Woodhead Publishing Limited.
- Madero, A., & López, J. (2001). *Pol'nohospodárstvo a životné prostredie*. Nitra: Agroinštitút.
- Schlosserová, J., & Juršík, J. (2009). *Ekologické poľnohospodárstvo*. Košice: inštitút vzdelávania veterinárnych lekárov.