



**MASARYKOVA UNIVERZITA**  
**PEDAGOGICKÁ FAKULTA**

**Katedra geografie**



**HODNOCENÍ PROJEVŮ GLOBALIZACE V ČESKÉ REPUBLICE NA  
PŘÍKLADU OBCHODU S JABLKY**

**Bakalářská práce**

**Veronika MACHOVÁ**

Vedoucí práce: RNDr. Hana Svobodová, Ph.D.

---

Brno 2016

## **Bibliografický záznam:**

- Autor:** Veronika Machová  
Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta, Katedra Geografie
- Název práce:** Hodnocení projevů globalizace v České republice na příkladu obchodu s jablky
- Studijní program:** Specializace v pedagogice
- Studijní obor:** Pedagogické asistentství Anglického jazyka a literatury a Zeměpisu
- Vedoucí práce:** RNDr. Hana Svobodová, Ph.D.
- Akademický rok:** 2016
- Počet stran:** 51
- Klíčová slova:** globalizace, dovoz jablek, ovocnářství, mezinárodní obchod
- Key words:** globalization, import of apples, fruit farming, international trade
- Abstrakt:** Bakalářská práce nabízí vhled do procesu obchodu s jablky v České republice a zároveň poskytuje výčet zemí, které se podílejí na importu jablek do České republiky. Vymezuje projevy globalizace očima hlavních aktérů v segmentu obchodu s jablky a skrze tento vhled je hodnotí. Na závěr uvádí autorka práce možná řešení problematiky postavení českého ovocnářství.
- Abstract:** The thesis offers insight into a process of the trade of apples in the Czech Republic and also provides a list of countries, which are involved in import of apples to the Czech Republic. The thesis delimits displays of globalization through eyes of the main participants in a segment of the trade of apples and through this insight evaluates it. The author introduces possible solutions of position of Czech fruit-growing in the end of the thesis.

### **Poděkování**

Chtěla bych poděkovat své vedoucí práce, paní RNDr. Haně Svobodové, PhD. za projevenou ochotu při psaní této bakalářské práce a také svojí rodině a příteli za jejich podporu.

### **Prohlášení autora**

„Prohlašuji, že jsem závěrečnou bakalářskou práci vypracovala samostatně, s využitím pouze citovaných literárních pramenů, dalších informací a zdrojů v souladu s Disciplinárním řádem pro studenty Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity a se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.“

V Brně dne 30. 3. 2016	Podpis autora:
------------------------	----------------

## **OBSAH**

Obsah .....	5
1 ÚVOD.....	7
2 CÍL A METODY POUŽITÉ V PRÁCI.....	8
3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....	9
3.1 Globalizace .....	9
3.1.1 Definice globalizace .....	9
3.1.2 Klady a zápory globalizace.....	9
3.2 Mezinárodní obchod s jablky.....	10
3.2.1 Definice mezinárodního obchodu.....	10
3.2.2 Mezinárodní obchod se zbožím a globální trhy.....	10
3.2.3 Příčiny vzniku mezinárodního obchodu .....	11
3.3 Ovocnářství v České republice .....	12
3.3.1 Tradice, charakter a uplatnění ovocnářství .....	12
3.3.2 Současnost českého ovocnářství.....	12
3.3.3 Význam ovocných sadů .....	17
3.4 Pěstování jablek .....	17
3.4.1 Odrůdy jablek - základní charakteristika .....	18
4 PRAKTICKÁ ČÁST .....	19
4.1 Jablko jako komodita.....	19
4.1.1 Produkční oblasti světa a Evropy.....	20
4.1.2 Produkce, spotřeba a export, import jablek v České republice.....	22
4.1.3 Cesta jablka.....	26
4.2 Projevy globalizace na hlavní aktéry v segmentu obchodu s jablky .....	27
4.2.1 Pozadí dovozu jablek ze zahraničí do České republiky.....	28
4.2.2 Srovnání jablka dovezeného do České republiky s jablkem vypěstovaným v České republice .....	28
4.2.3 Postavení trhovců.....	29
4.2.4 Postavení supermarketů .....	30
4.2.5 Postavení sadařů .....	35

4.3.6 Postavení spotřebitele .....	38
4.3. Možná řešení problematiky postavení českého ovocnářství.....	38
4.3.1 Vytvoření občanských kampaní.....	39
4.3.2 Vytvoření platformy s relevantními a ucelenými údaji .....	41
4.3.3 Zapojení mladé generace .....	42
5 ZÁVĚR .....	45
Seznam použité literatury .....	46
Seznam obrázků.....	50
Seznam tabulek .....	51

## 1 ÚVOD

Každý člověk chodí nakupovat a každý si jistě všiml, že se za poslední roky rozrostl počet supermarketů, které nabízejí zboží z celého světa. Naopak je těžké najít spotřebitele, co chodí nakupovat výhradně na trhy nebo k místním pěstitelům a producentům. Autorka práce se domnívá, že to způsobuje proces globalizace a pokouší se v této práci popsat projevy globalizace, které ovlivňují jednotlivé sektory v segmentu obchodu s jablky.

Autorka práce si zvolila plodinu typickou pro Českou republiku, která se zde pěstuje od nepaměti a jejíž produkci silně ovlivňuje proces globalizace, jablko.

Nejprve jsou definována základní teoretické východiska, kde autorka práce vysvětluje jednotlivé pojmy spjaté s danou problematikou jako například globalizace, mezinárodní obchod, ovocnářství České republiky a nakonec pěstování jablek v České republice.

Druhá část práce je založena na výčtu zemí odkud se jablka dováží do České republiky, jakou má Česká republika produkci, spotřebu, export a import, popis složité cesty jablka ke konečnému spotřebiteli, jednotlivé projevy globalizace na hlavní aktéry v segmentu obchodu s jablky a nakonec sama autorka práce nabízí výčet možných řešení problematiky postavení českého ovocnářství.

## 2 CÍL A METODY POUŽITÉ V PRÁCI

Cílem bakalářské práce je vytyčit a zhodnotit projevy globalizace vůči jednotlivým aktérům v segmentu obchodu s jablky v České republice.

Dílčí cíle:

1. Analýza obchodu s jablky.
  - a) zmapování produkčních oblastí světa a Evropy, které dováží jablka do České republiky
  - b) analýza dat z Českého statistického úřadu o produkci, spotřebě, exportu a importu České republiky
  - c) zachycení složitosti dopravy jablka ke konečnému spotřebiteli
2. Vytyčení projevů globalizace na hlavní aktéry v segmentu obchodu s jablky.
  - použití kvalitativních metod dotazníků a rozhovorů a jejich vyhodnocení vůči tématu práce
  - a) autorka práce provedla v září 2015 rozhovory s trhovci na Zeleném trhu, pracovníky supermarketu Albert, Billa, Kaufland a Tesco v Brně a nakonec se třemi spotřebiteli (dívka 22 let, žena 47 let a muž 35 let),
  - b) dále provedla autorka práce dvě dotazníkové šetření pro spotřebitele (září 2015 a únor 2016), které osadila na svůj Facebook, kde jí odpovědělo celkem 46 lidí
  - c) nakonec byly provedeny terénní průzkumy, 30. 3. – 3. 4. 2015, 30. 10. 2015 a 13. 11. 2015, které mapovaly odrůdy a ceny jablek v Albertu, Bille, Tescu a na Zeleném trhu v Brně

## 3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

### 3.1 Globalizace

#### 3.1.1 Definice globalizace

Určit definici globalizace tak aby prostupovala všemi jevy, které ovlivňuje a přitom by byla stále relevantní, je nemožné. Globalizace totiž podle Hodače a Kotrby (2011, s. 13) na rozdíl od jiných společenských, politických či ekonomických jevů postrádá pevné a zřetelné ohraničení.

Nejsnadněji je globalizace uchopitelná z pohledu ekonomického (Hodač a Kotrba 2011, s. 13). Mezinárodní měnový fond definuje globalizace jako „*rostoucí ekonomickou vzájemnou závislost zemí ve světovém měřítku v důsledku rostoucího objemu a druhu příhraničních transakcí zboží a služeb a toku mezinárodního kapitálu, jakož i rychlejšího a rozsáhlejšího šíření technologií.*“ (Dlouhá, Dlouhý, Mezřický 2006, s. 11)

#### 3.1.2 Klady a zápory globalizace

Norberg vidí globalizaci jako oboustrannou výhodnost mezi výrobcem a zákazníkem a klade důraz na svobodu obchodu, protože tak zboží není zatíženo žádnými náklady navíc jen proto, že na cestě k zákazníkovi překročilo hranice (Norberg, 2006, s. 75-79).

Mezřický vymezil klady a zápory globalizace následovně:

- klady: Růst objemu globálně obchodovatelného zboží, rychlost a komplexnost přímých investic, ekonomický růst původně rozvojových zemí, (zejména Jižní Korea, Tchaj-van, Malajsie, Hongkong), které jsou dnes zeměmi s vyspělými ekonomikami. Globalizace povzbuzuje rozvoj dalších zemí, které se do globalizačních procesů zapojily později a které postupně začínají představovat ekonomické hráče globálního významu (Čína, Brazílie, Indie) ale i země menšího významu (Indonésie, Filipíny, Mexiko). Vznik poměrně homogenní střední třídy odborných elit v Asii a Latinské Americe, v oblasti mocensko-politické organizace vznikají nové útvary nadnárodního charakteru nebo se posiluje význam organizací starších (Evropská unie, NAFTA, ASEAN aj.).

- zápory: V ekonomické oblasti je to nekontrolovatelný přesun finančního kapitálu, který je několikanásobně vyšší než objem obchodovaného zboží. To představuje riziko ekonomických kolapsů, k nimž několikrát došlo (Mexiko, jihovýchodní a východní Asie, Brazílie, Argentina). Roste nerovnost v přístupu k celkovému společenskému růstu. Získávají pouze ti, kdo mají lepší předpoklady k růstu, zejména díky flexibilnějšímu postoji svých vlád schopných zajistit předpoklady pro vstup zahraničních investorů (rozvíjení infrastruktury, lépe zajištěné právní podmínky ochrany vlastnictví, odstranění korupce, politická stabilita, atd.). Země s nižšími požadavky na ochranu životního prostředí a s významnými zásobami přírodních zdrojů (lesní bohatství, nerostné suroviny, energetické zdroje apod.) jsou cíli aktivit nadnárodních společností, které těží z výhod nízkých nákladů na ochranu životního prostředí, z nízkých cen přírodních zdrojů, třebaže cena řady nerostných surovin v posledních několika málo letech v důsledku růstu poptávky stoupá. Tlak globálních trhů, určovaný praktikami nadnárodních společností, vede v zemích periferie a semiperiferie k destrukci tradičních zemědělských struktur zemědělské výroby, nahrazuje diverzitu zemědělské produkce monokulturami nebo plodinami využitelnými komerčně. Tyto často rychlé a radikální změny ovlivňují sociální strukturu a soudržnost v zemích s tradičními venkovskými společnostmi. Zvyšuje se závislost těchto zemí na zahraničních trzích (Mezříčský, s. 12–13).

## **3.2 Mezinárodní obchod s jablky**

### **3.2.1 Definice mezinárodního obchodu**

„Mezinárodní obchod, lze definovat jako souhrn zahraničněobchodních aktivit dvou a více národních ekonomik, příp. států, shodují-li se jejich hranice s hranicemi ekonomik; je tedy součtem dvou a více zahraničních obchodů.“ (Štěrbová a kolektiv, 2013, s. 18)

### **3.2.2 Mezinárodní obchod se zbožím a globální trhy**

Pro lidskou společnost je obchodní výměna jednou z činností, která je s ní spjata od jejího počátku až dodnes. Vyvinula se od jednoduchých forem výměnného, geograficky omezeného obchodu až po nynější, vysoce institucionalizované formy mezinárodního obchodu, kde jsou přítomny téměř všechny národní ekonomiky na světě. Stěžejním místem pro směnu zboží je stále trh.

Trh je možno z perspektivy mezinárodního obchodu definovat jako mechanismus, prostřednictvím kterého dochází k přesunu zboží, a ve vzrůstající míře služeb, mezi jednotlivými zeměmi. Neopomenutelná úloha trhu je také transfer technologií. Samotný proces směny může mít charakter místní, regionální nebo mezinárodní. V poslední době však dochází ke stále většímu objemu světové produkce obchodované na trzích globálních (Rolný a Lacina, 2008, s. 195).

Nyní je prostřednictvím mezinárodního obchodu směňováno více jak 20 % světové produkce a tento podíl každým rokem vzrůstá. Mezinárodní konkurence však disponuje výrazně vyšším podílem produkce a mezinárodní obchod má tak přímý dopad na všechny spotřebitele a producenty, také na ty, kteří působí výhradně na území národní ekonomiky. V důsledku otevřenosti světové ekonomiky byla zaznamenána celá řada pozitivních efektů (např. úspory z rozsahu, využití komparativních výhod, přesun technologií), ale i spousta negativních dopadů jako například přelévání hospodářských cyklů, inflace, růst závislosti malých ekonomik na svých obchodních partnerech, zvyšování vlivu monopolů (Rolný a Lacina, 2008, s. 195).

### **3.2.3 Příčiny vzniku mezinárodního obchodu**

Rojíček (2012, s. 187–188) určil příčiny existence obchodu ve třech základních momentech:

- nedostatek zboží, které není v domácí ekonomice produkováno nebo není k dispozici v požadované kvalitě;
- cenové diference u mezinárodně obchodovatelného zboží;
- osobní, věcné nebo prostorové preference kupujících k zahraničním produktům.

Rojíček (2012, s. 187–188) také upozorňuje, že deficit zboží v ekonomice může být důsledkem mnoha příčin, jako je např. vybavenost zemí surovinami, přírodní klimatické podmínky, kvalifikace pracovní síly, nezvládnutí určitých produkčních technologií apod. Odlišnost cen je dána buď rozdílnou produktivitou faktorů ve srovnatelných výrobních sektorech, nebo rozdílnou vybaveností zemí výrobními faktory, případně vnějšími vlivy na trzích se zbožím, které znemožňují volnou tvorbu cen (dumping, tarifní a netarifní politická opatření, kartely apod.).

### 3.3 Ovocnářství v České republice

#### 3.3.1 Tradice, charakter a uplatnění ovocnářství

V České republice má ovocnářství bohatou tradici. Zpočátku se rozvíjelo hlavně v zámeckých a klášterních zahradách, později se již spousta odrůd jednotlivých ovocných druhů stromů pěstovala v zahradách nejen světské a církevní vrchnosti, ale i u poddaných. Ovocné stromy se vysazovaly v zahradách, stromořadích, alejích, ale také v ucelených velkých ovocných výsadbách (Ministerstvo zemědělství, ©2009–2015).

V našich podmínkách má široké uplatnění pěstování ovoce v zahrádkách, jež má samozásobitelský charakter a kryje na rozdíl od zemí EU významně spotřebu domácího ovoce obyvatelstva. Ovoce z těchto výsadeb však nesplňuje požadavky tržního ovoce, je méně rentabilní a výnosy jsou nízké. Tržní produkce ovoce se vyplatí jen v intenzivních ovocných výsadbách s intenzifikačními prvky a pravidelnou agrotechnikou (Ministerstvo zemědělství, ©2009–2015).

Ovocné rostliny jsou pěstovány nejčastěji za účelem hospodářského využití plodů. Nejvýznamnější jsou oblasti zdravotnictví, národního hospodářství, ale i estetika.

Dále se nabízí využití v lékařství, včelařství, využití dřeva apod. Je nutné zmínit také vliv výroby ovoce na zachování pracovních příležitostí a diverzity rostlinné výroby. Ovoce obsahuje velký podíl vitamínů, pektinů, minerálních solí, organických kyselin, sacharidů, dále se vyskytují třísloviny, aromatické látky, dusíkaté látky, celulózy a tuky.

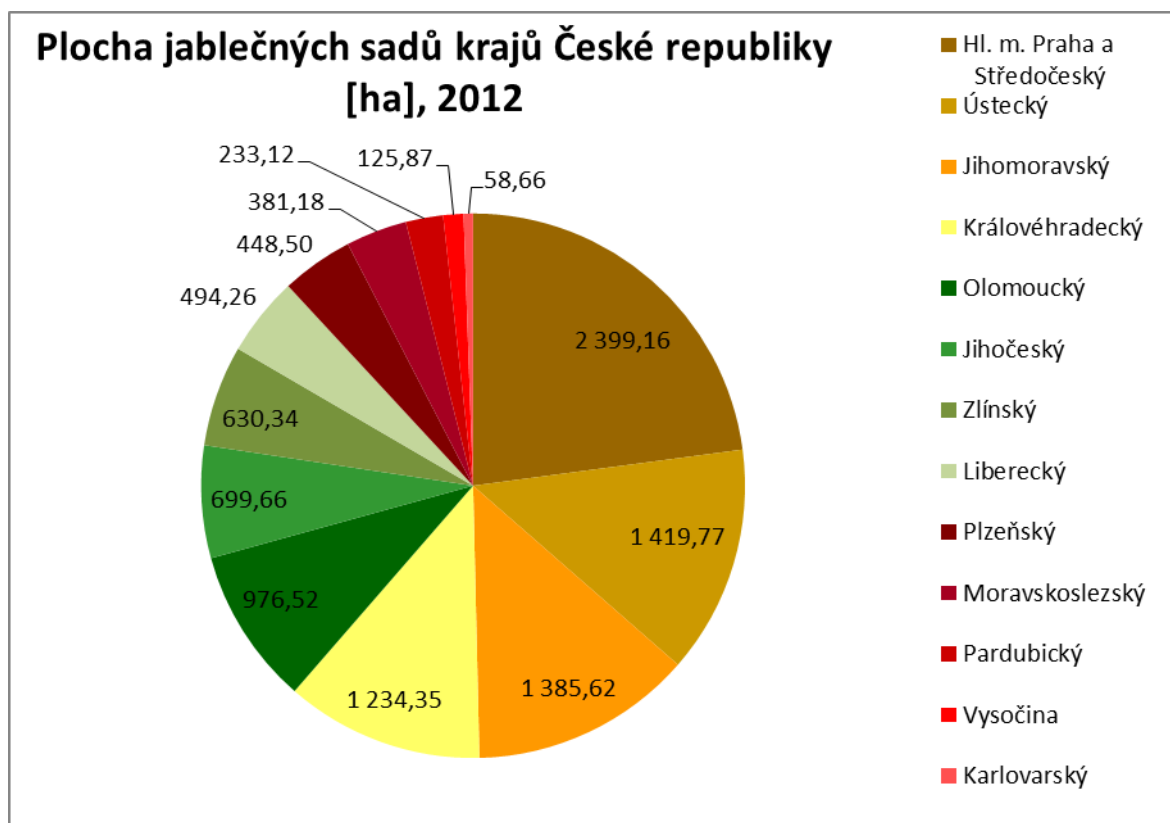
V závislosti na druhu, odrůdě, půdně klimatických podmínkách a dalších faktorech obsah všech chemických látek v ovoci značně kolísá (Ministerstvo zemědělství, ©2009–2015).

#### 3.3.2 Současnost českého ovocnářství

V současné době se v České republice pěstuje ovoce na ploše cca 19 000 ha intenzivních sadů. Ročně se na této výměře vyprodukuje průměrně 220 000 tun ovoce. Mimo toto množství se v České republice vypěstuje dalších 250 000 tun ovoce v extenzivních sadech a zahradách, které je využíváno samozásobiteli a na průmyslové zpracování (Ovocnářská unie České republiky, ©2005–2016).

Jabloně jsou hlavním druhem ovoce, které se pěstuje v České republice. Každoročně je vyprodukováno 140 000 tun konzumních jablek v intenzivních výsadbách jabloní. Hlavní odrůdy jsou Idared, Golden Delicious, Jonagold, Gloster, Šampion a Rubín.

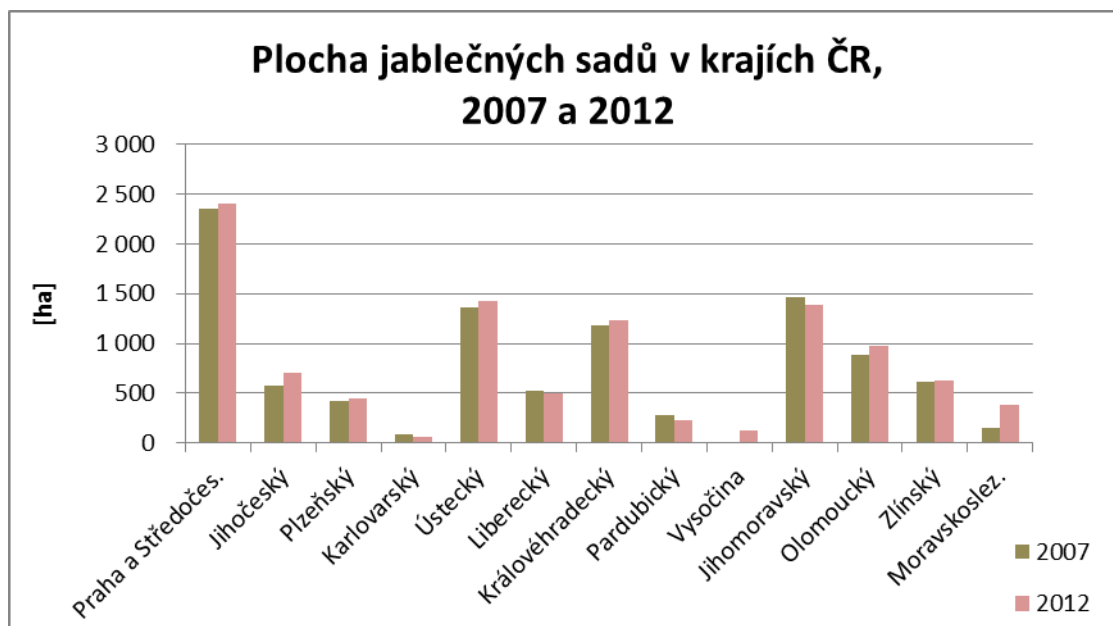
Ve výsadbách se začínají v poslední době stále více uplatňovat nové rezistentní a vysoce tolerantní odrůdy, které byly vyšlechtěny v České republice ve Výzkumném a šlechtickém ústavu ovocnářském v Holovousích (dále VŠÚO), jako například Angold, Selena, Julia nebo v Ústavu experimentální botaniky AV ve Střížovicích odrůdy Topaz, Rubinola a Goldstar (Ovocnářská unie České republiky, ©2005–2016).



Obrázek 1: Graf plochy jablečných sadů krajů České republiky [ha], 2012

Pramen: vlastní tvorba, data ze czso.cz

Obrázek 1 jasně vystihuje plochu jablečných sadů v krajích České republiky v roce 2012. Prvenství co do rozlohy drží oblast hlavního města Prahy a Středočeský kraj. Nejmenší plochu jablečných sadů lze najít v Karlovarském kraji. Jihomoravský kraj je na třetím místě.



Obrázek 2: Plocha jablečných sadů v krajích ČR, 2007 a 2012

Obrázek 2 nám zobrazuje plochu jablečných sadů v krajích České republiky za roky 2007 a 2012. Celkově se dá říci, že plocha jablečných sadů lehce vzrostla jen například v kraji Jihomoravském, Libereckém a Karlovarském lze spatřit lehký pokles.

Tabulka 1: Plocha jablečných sadů v České republice a krajích České republiky v roce 2007 a 2012, [ha]

oblast	2007	2012
Česká republika	9 891,81	10 487,01
kraj:		
Hl. m. Praha a Středočeský	2 349,51	2 399,16
Jihočeský	577,29	699,66
Plzeňský	423,29	448,50
Karlovarský	82,06	58,66
Ústecký	1 364,48	1 419,77
Liberecký	519,45	494,26
Královéhradecký	1 178,48	1 234,35
Pardubický	278,71	233,12
Vysočina	13,19	125,87
Jihomoravský	1 459,23	1 385,62
Olomoucký	878,49	976,52
Zlínský	613,51	630,34
Moravskoslezský	154,12	381,18

Pramen: vlastní tvorba, data ze czso.cz

Tabulka 1 zobrazuje zdrojová data pro graf v obrázku 2. V tabulce 1 se navíc nachází údaj za celou Českou republiku v letech 2007 a 2012, kde lze vidět celkový nárůst plochy sadů z 9 891,81 ha za rok 2007 na 10 487,01 ha v roce 2012.

Tabulka 2: Vybrané ukazatele ovocných sadů v České republice za vybrané roky

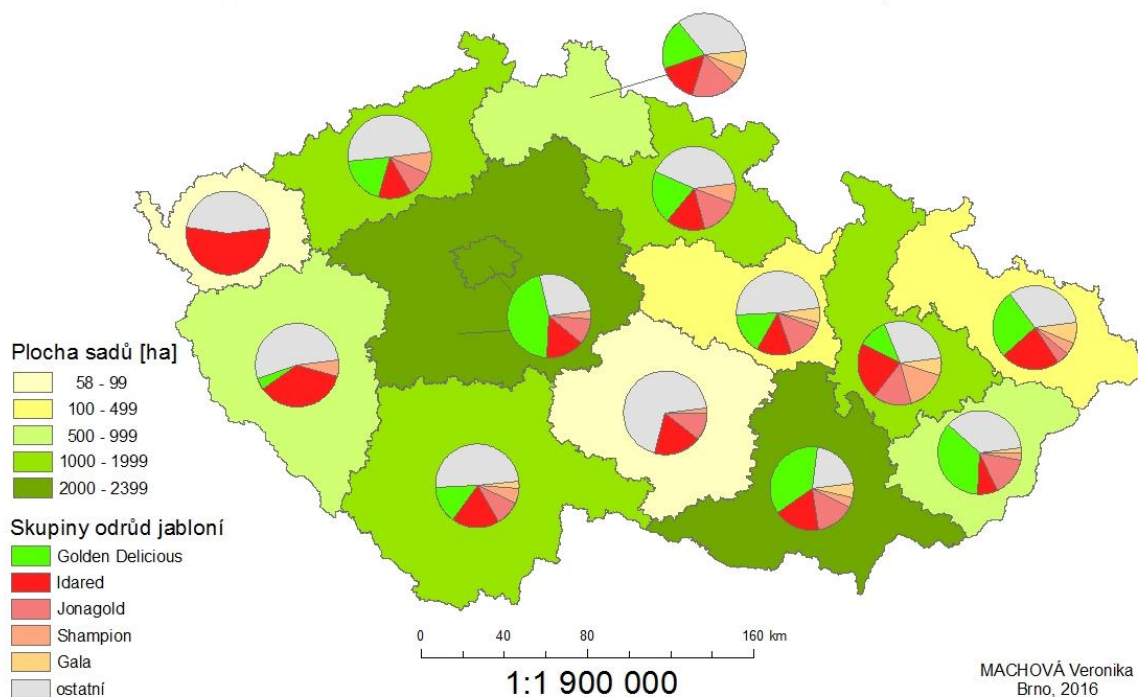
<b>ukazatel</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b><sup>1</sup>index 2013/2009</b>
celková rozloha ovocných sadů (ha)	21 738	22 776	22 339	20 769	22 687	104,36
z toho - produkční plodné sady (ha)	16 636	16 505	16 413	16 384	16 692	100,33
-jabloňové sady (ha)	8 639	8 720	8 161	8 167	8 751	101,29
počet pěstitelů - v ovocnářském sektoru	1 178	1 255	1 172	1 155	1 151	97,7
průměrná velikost produkčních sadů (ha/pěstitel)	14,12	13,15	14,00	14,18	14,50	102,69
produkce ovoce celkem (t)	417 459	297 673	273 926	300 035	311 390	79,38
z toho - produkční sady	178 090	121 018	101 249	138 205	149 208	83,78
- jabloňové sady	144 993	103 304	79 134	117 897	120 602	83,18
spotřeba ovoce v kg/osobu/rok	90,4	84,0	79,4	74,6	76,8	84,96

Pramen: vlastní tvorba, data ze czso.cz

Z tabulky 2 vyplývá, že od roku 2009 do roku 2013 celková rozloha ovocných sadů zůstala konstantní s minimálními změnami. Podle indexu rozdílu mezi roky 2013 a 2009 je největší rozdíl mezi hodnotami produkce ovoce celkem [t], kdy index vychází 79,38 a činí tak největší rozdíl tabulky. Produkce ovoce celkem klesla z roku 2009 v roce 2013 o 106 069 t. Produkce jabloňových sadů zase klesla z roku 2009 do roku 2013 o 24 391 t jablek. Jabloňové sady tvořily většinu všech produkčních sadů v České republice. Počet pěstitelů z roku 2009 klesl v roce 2013 o 27.

<sup>1</sup> Index je zde chápán jako ukazatel rozdílu mezi rokem 2013 a 2009 (2013/2009\*100). Pokud je index roven číslu 100, znamená to, že se hodnota daných dvou let nezměnila. Pokud je číslo vyšší, znamená to, že rok 2013 má větší hodnotu než rok 2009.

## PLOCHA SADŮ JABLONÍ A ZASTOUPENÍ NEJČETNĚJŠÍCH ODRŮD V KRAJÍCH ČESKÉ REPUBLIKY, 2012



Obrázek 3: Plocha sadů jablek a zastoupení nejčastějších odrůd v krajích České republiky, 2012

Pramen: vlastní tvorba v ArcGis, data ze czso.cz

Obrázek 3 vystihuje plochu sadů jablek v České republice v roce 2012. Největší plochu sadů má Středočeský kraj s hlavním městem Prahou a Jihomoravský kraj. Nejmenší plochu sadů mají Vysočina a Karlovarský kraj. Dále je možné z mapy vyčíst zastoupení odrůd jablek v jednotlivých krajích. Jihomoravskému kraji dominuje odrůda Golden Delicious. Naopak v Karlovarském kraji a na Vysočině tato odrůda zcela chybí.

Podle Víta Bláhy, majitele sadu ve Starém Lískovci, si sadaři tuto odrůdu oblíbili, protože hodně plodí. Sadaři se celkově soustřeďují na ekonomicky výhodné odrůdy. To způsobuje, že spousta odrůd zaniká nebo již zanikla a jsou nahrazena právě těmito novými vyšlechtěnými, dodává Bláha.

Podle serveru polesi.eu navíc některé starší odrůdy jablek odolávají lépe škůdcům a různým chorobám, než nové univerzální odrůdy a to bez chemických postřiků. Starší odrůdy zajišťují pestrost a plody jsou tak mnohostranně využitelné, kvůli své rozdílné době dozrávání a různé době skladování (Krupa, 2012).

### 3.3.3 Význam ovocných sadů

Boček popisuje ekologický a krajinářsko-estetický význam ovocných sadů a porovnává je s jednoletými zemědělskými plodinami, které se nevyznačují takovým stabilizujícím účinkem v agroekosystému, jako ovocné rostliny. Další pozitiva vidí v ovocných rostlinách kdy, už jako zelené organismy, ovlivňují příznivě makroklima, na stanovišti rostou desítky let, vyvinou se v mohutné stromy, které svou korunou chrání půdu před teplotními a vláhovými výkyvy (2007/8, s. 14–15).

Mareček píše o významném osobitém vlivu ovocných stromů na krajinný ráz naší země. Kdysi zde byla občanská i ekologická propojenost (průchodnost) krajiny jako celku (2006, s. 189).

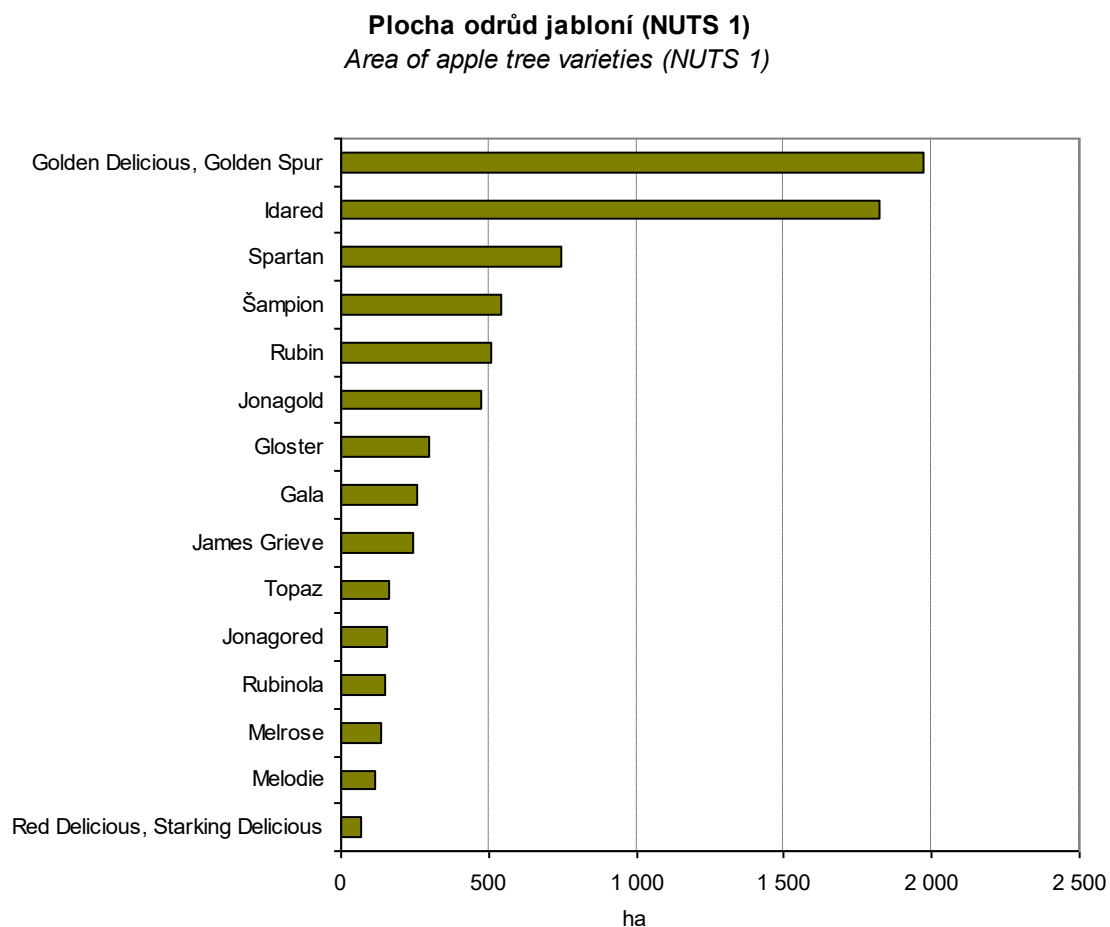
### 3.4 Pěstování jablek

Blažek vidí jabloně v ohledu nároků na klimatické podmínky jako nenáročné. Podle něj je tato plasticita dána velkým množstvím pěstovaných odrůd. V České republice se jim daří prakticky na celém území (1998, s.76).

Třízením sklizeného ovoce podle odrůd a jakostních tříd se zhodnotí sklizeň po všech stránkách. Plody se třídí podle velikosti kvůli lepšímu balení, ochraně před poškozením a další manipulaci. Sklizené ovoce se třídí dle norem do dvou až tří jakostních tříd. První a druhá jakostní třída a tzv. ovoce nestandardní. Základní kritéria pro zařazení do jednotlivých jakostních tříd jsou jakost, vzhled a velikost plodů (Blažek, 1998, s. 301).

Třídění plodů podle velikosti umožňuje jejich dobré balení, vylučuje poškození během dopravy a manipulace. Třídí se ovoce určené ke konzumaci, netřídí se ovoce pro průmyslové zpracování. Pravidla pro třídění jednotlivých druhů ovoce jsou uvedeny ve státních normách (výběr, I., II., jakostní třída a ovoce nestandardní). Třídění ovoce do jednotlivých tříd se realizuje pomocí třídících linek. Tržní úprava ovoce je důležitý marketingový úkol. Je zajištěn zejména balením do přepravek, krabic, plastových nádob, lepení etiket (Výzkumný a šlechtický ústav ovocnářský, 2015).

### 3.4.1 Odrůdy jablek - základní charakteristika



Obrázek 4: Plocha odrůd jablek v České republice, 2007

Pramen: data a tvorba czso.cz

Na obrázku 4 jsou uvedeny nejčetnější odrůdy jablek v České republice dle plochy. Prvních jedenáct odrůd našla autorka práce ve všech supermarketech, kde dělala terénní průzkum (Albert, Billa, Kaufland, Tesco). Zbylé odrůdy buď nebyly vůbec přítomny, nebo jen zcela výjimečně. Dle výsledků z dotazníku, který provedla autorka práce na podzim roku 2015, spotřebitelé nejvíce nakupují právě odrůdu Golden Delicious, jako důvod uvedli nejčastěji chuť.

## **4 PRAKTICKÁ ČÁST**

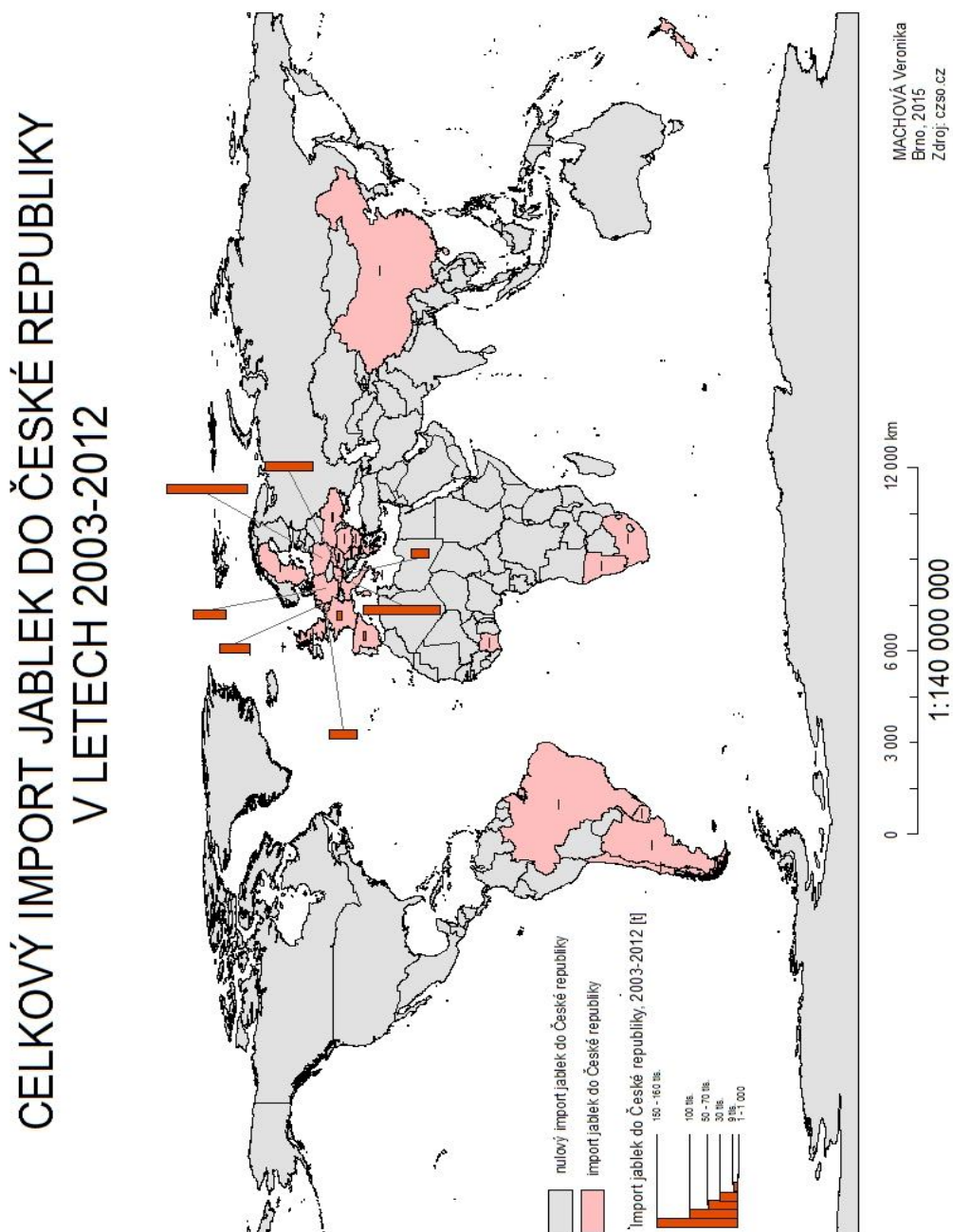
Praktická část se zabývá zejména tím, odkud se jablka dováží do České republiky, rozbořem dat o exportu a importu jablek České republiky, jak se proces globalizace promítá do jednotlivých segmentů obchodu s jablky a v konečné fázi nabízí autorka práce možná řešení problematiky českého ovocnářství.

Autorka práce provedla rozhovory s trhovci, vlastníkem ovocného sadu ve Starém Lískovci panem Vítem Bláhou, pracovníky supermarketu a nakonec se spotřebiteli. Dále bylo provedeno dotazníkové šetření určené pro spotřebitele, kde se autorka práce ptala na otázky týkající se problematiky obchodu s jablky, postavení jednotlivých sektorů v této problematice, hodnocení jednotlivých sektorů a hodnocení jablka dovezeného ze zahraničí a jablka vypěstovaného v České republice.

### **4.1 Jablko jako komodita**

V této kapitole jsou uvedeny produkční oblasti světa, vyhodnocení dat o produkci, spotřebě, exportu a importu jablek do České republiky a cesta jablka jakožto komplikovaný proces dopravení jablka ke spotřebiteli.

#### 4.1.1 Produkční oblasti světa a Evropy



Obrázek 5: Celkový import jablek do České republiky v letech 2003–2012

Pramen: vlastní tvorba v ArcGis, data ze czso.cz

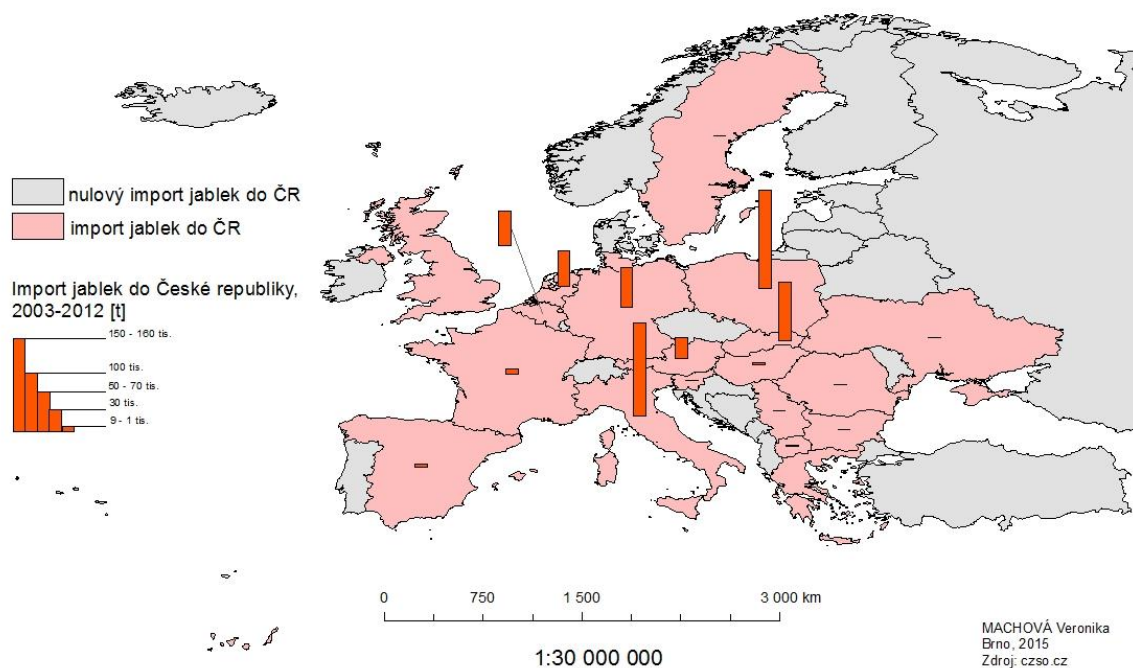
Jak je patrné z obrázku 5, majoritu dovozu jablek do České republiky v letech 2003–2012 tvořily evropské země. Největší podíl importu tvořilo Polsko, na druhém místě byla Itálie a na třetím místě Slovensko.

Evropské země jsou do importu jablek do České republiky zapojeny více nejen kvůli své blízkosti, ale také díky Společné obchodní politice Evropské unie. Fričová (2015) uvádí dva základní cíle Společné obchodní politiky: prosazování otevřeného a mnohostranného obchodního systému ve světě a ochranu zájmů EU a členských zemí zejména v případech, kdy by měl volný obchod nepříznivé dopady na ekonomickou situaci, prosperitu, zaměstnanost či obchodní bilanci v EU.

Mezi mimoevropské země, které k nám v letech 2003–2012 dovezly jablka, byly na prvním místě Chile, na druhém Argentina a na třetím místě Namibie.

Nejvzdálenější místo, odkud byla dovezena jablka do České republiky v letech 2003–2012 byl Nový Zéland.

## CELKOVÝ IMPORT JABLEK DO ČESKÉ REPUBLIKY Z EVROPSKÝCH ZEMÍ, 2003-2012



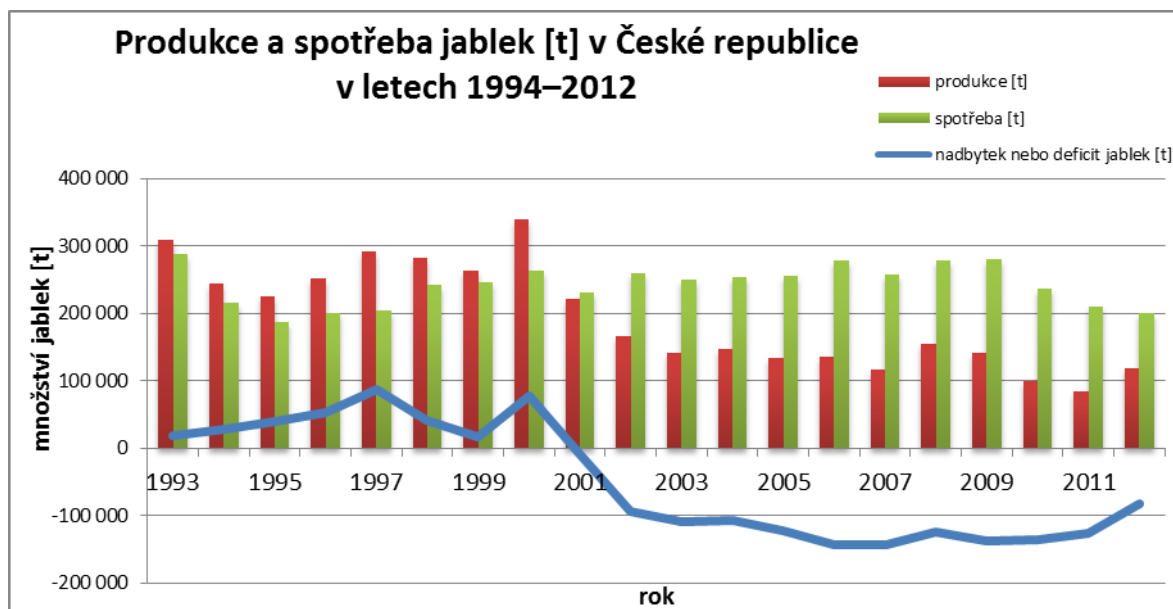
Obrázek 6: Celkový import jablek do České republiky z evropských zemí, v letech 2003–2012

Pramen: vlastní tvorba v ArcGis, data ze czso.cz

Dle obrázku 6 je zřejmé, že se většina evropských zemí podílí na dovozu jablek do České republiky. Státy ovšem klamou svoji plochou, protože se ve skutečnosti na dovozu podílí 44 % států Evropy a 56 % se nepodílí.

Tento klam je způsoben větší plochou území dovážejících států, kterou zaujímají v mapě a naopak menší plochou nedovážejících států jako například Andorra, San Marino či Vatikán.

#### 4.1.2 Produkce, spotřeba a export, import jablek v České republice



Obrázek 7: Produkce a spotřeba jablek [t] v České republice v letech 1993–2012

Pramen: vlastní tvorba, data ze czso.cz

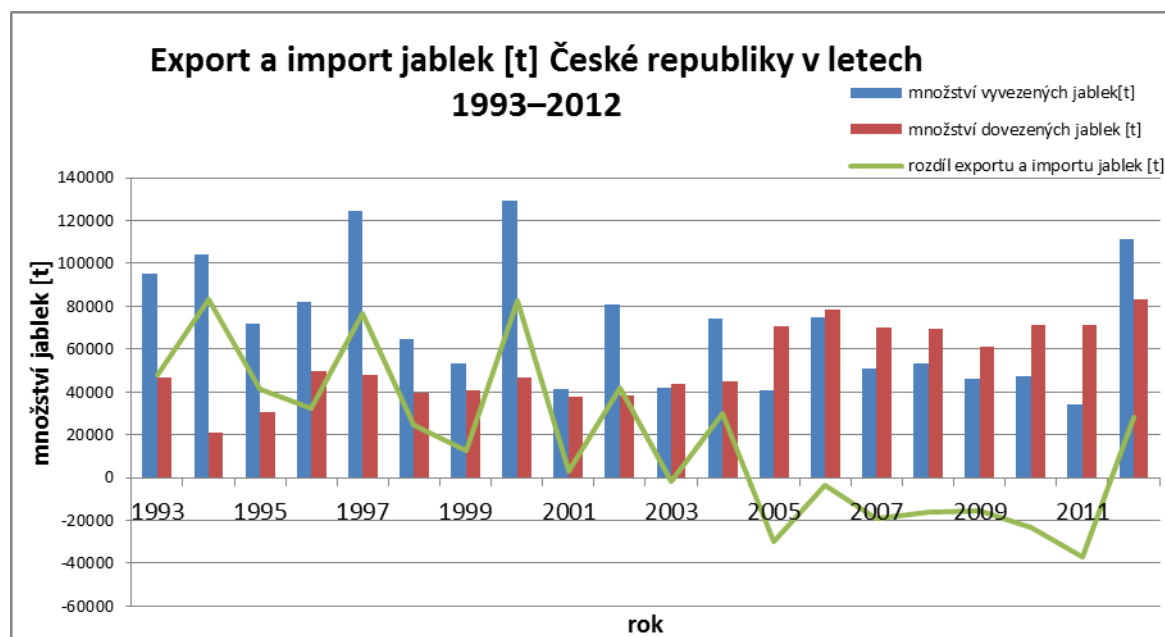
Z grafu v obrázku 7 lze vyčíst, že od roku 1993 do roku 2000 (včetně) produkce jablek převyšuje spotřebu. Tenhle trend byl pro Českou republiku pozitivní, protože značil soběstačnost státu a nezávislost na dovozu jablek ze zahraničí. Mírný nadbytek mohl být obchodován a mohl pomoci prosperitě státu jakožto vývozce jablek do zahraničí.

Od roku 2001 do roku 2012 však nastala změna předchozího trendu a spotřeba začala převyšovat produkci. Průměrná produkce v letech 1993–2000 činila 275 858 t, průměrná spotřeba tvořila v těchto letech 230 738 t. Přebytek jablek byl v těchto letech 45 120 t. V letech 2001–2012 byla průměrná produkce 137 072 t a průměrná spotřeba 246 588 t. Deficit jablek činil 109 516 t, které musely být dovezené ze zahraničí. Česká republika ztratila od roku 2001 soběstačnost v produkci jablek, jedné ze základních potravin na českém trhu.

Ekonomický deník E15.cz upozorňuje na závislost dovozu klíčových potravin do České republiky a dle ankety na jejich stránkách si až 85 % spotřebitelů myslí, že by Česko mělo usilovat o co nejvyšší možnou potravinovou soběstačnost.

Mluvčí Agrární komory Dana Večeřová pro deník E15 připouští, že se meziroční růst potravinové soběstačnosti v letech 2006–2013 zvýšil a může být způsoben zvýšeným zájmem spotřebitelů o regionální potraviny.

Večeřová však také dodává, že obnova v řadě zemědělských podoborů je podle ní značně investičně náročná. Například obnova hektaru sadu přijde zhruba na jeden milion korun (<sup>2</sup>ČTK, 2014).



Obrázek 8: Export a import jablek [t] České republiky v letech 1993–2012

Pramen: vlastní tvorba, data ze czso.cz

Obrázek 8 nám ukazuje poměr mezi množstvím vyvezených a dovezených jablek v tunách. Od roku 1993 do roku 2002 vývoz dominuje nad dovozem. V roce 2003 můžeme zaznamenat lehkou převahu dovozu nad vývozem. V letech 2005–2011 dovoz jasně dominuje nad vývozem. V roce 2012 se opět mění pozice a vývoz je vyšší než dovoz.

Z obrázku 7 a obrázku 8 lze vyvodit závěr, že rok 2000 byl pro sektor ovocnářství a exportu jablek nejplodnější a naopak rok 2011 byl nejméně příznivý. Tabulka 3, níže, obsahuje podrobné srovnání těchto dvou roků.

<sup>2</sup> ČTK je zkratka pro Českou tiskovou kancelář, která je politicky i ekonomicky nezávislá.

Tabulka 3: Srovnání nejsilnějšího a nejslabšího roku v oblasti obchodu jablek v České republice [t]

<b>nejsilnější/ nejslabší rok</b>	<b>produkce</b>	<b>spotřeba</b>	<b>nadbytek/ deficit</b>	<b>export</b>	<b>import</b>
<b>2000</b>	339 431	262 500	76 931	129 440	46 747
<b>2011</b>	84 594	210 000	- 125 406	33 900	71 083

Pramen: vlastní tvorba a zpracování dat, primární data ze czso.cz

V září roku 2015 provedla autorka práce rozhovor na téma ovocnářství s panem Vítem Bláhou, který je majitel ovocného sadu ve Starém Lískovci, který se podělil hned o několik problémů se soběstačností sadů v České republice.

Pan Bláha viděl jako největší problémy přestárlé sady jablek, přechod majitelů ovocných sadů na finančně výnosnější komodity (např. řepka olejka a obiloviny obecně), orientovanost podpory vlády (financí a reklamních kampaní) na vinnou révu a obiloviny spíše než na jablka a nakonec volbu českého zákazníka koupit si raději jablko dovezené do České republiky ze zahraničí.

Tabulka 4: Soběstačnost České republiky v produkci hlavních zemědělských komodit za rok 2011 [t]

<b>Rostlinné komodity</b>	<b>produkce</b>	<b>dovoz</b>	<b>vývoz</b>	<b>domácí spotřeba</b>	<b>soběstačnost (%)</b>
obiloviny	8284,8	115,0	2723,0	5526,0	149,9
- v tom pšenice	4913,0	30,0	1840,0	3035,0	161,9
cukrová řepa/ cukr	564,4	250,0	350,0	454,4	124,2
řepka olejná	1046,1	70,0	250,0	882,6	118,5
ovoce mír. pásma	273,9	187,0	56,4	404,5	67,7

Pramen: vlastní tvorba, data z eagri.cz

Tabulka 5: Vývoj soběstačnosti České republiky - srovnání let 2007 a 2011 [%]

komodita	rok 2007	rok 2011	rozdíl
obiloviny	125,5	149,9	+24,4
- v tom pšenice	135,0	161,9	+26,9
cukrová řepa/cukr	89,5	124,2	+34,7
řepka olejná	147,0	118,5	-28,5
ovoce mír. pásma	78,9	67,7	-11,2

Pramen: vlastní tvorba, data z eagri.cz

Tabulka 4 a tabulka 5 jasně dokazují slova pana Víta Bláhy ohledně soustředění se českých zemědělců převážně na oblast obilovin a úpadek soběstačnosti v oblasti ovoce. Avšak slova pana Bláhy ohledně soustředění se na řepku olejku tyto data za roky 2007 a 2011 nepotvrzují. Rozhovor byl autorce práce poskytnut v září 2015 a je zde možnost změny od roku 2011.

Dále pan Bláha zmiňoval přestárlost stromů jableoní v České republice. Tabulka 6 a Obrázek 9 (níže) dokazují, že jeho výrok je pravdivý.

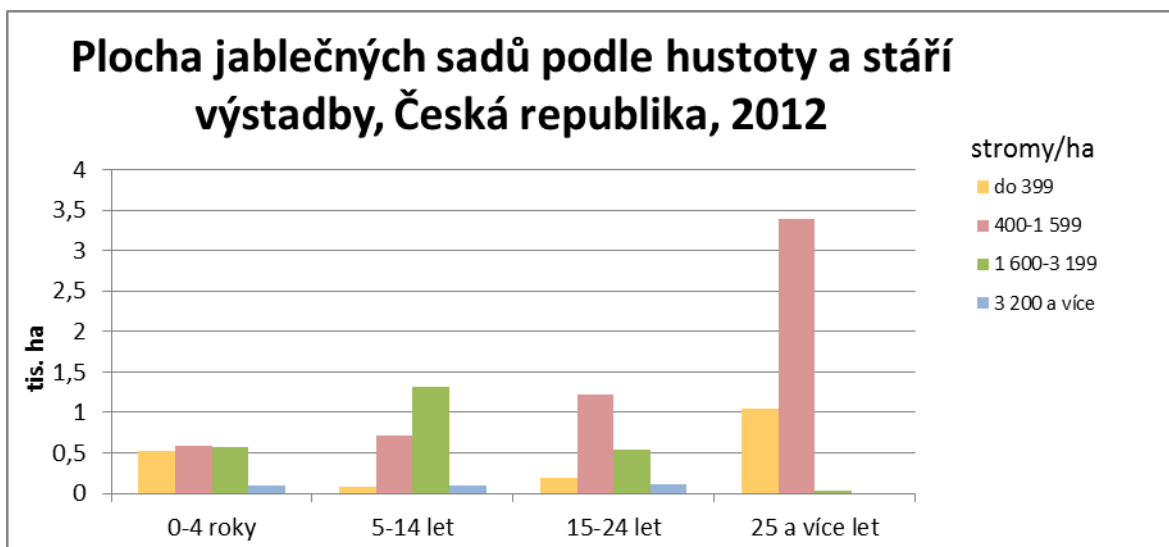
Tabulka 6: Plocha jablečných sadů podle hustoty a stáří výsadby v České republice, 2012

	Stromy celkem	Plocha sadů celkem (ha)	v tom podle stáří			
			0-4 roky	5-14 let	15-24 let	25 a více let
Jabloně celkem	11 760 144	10 487,01	1 769,61	2 194,68	2 059,73	4 463,01
v tom hustota výsadby: (stromy/ha)						
do 399	332 706	1 827,67	518,40	78,46	185,90	1 044,90
400-1 599	4 954 027	5 910,77	585,12	714,24	1 220,36	3 391,06
1 600-3 199	5 401 684	2 448,07	569,13	1 307,84	544,07	27,05
3 200 a více	1 071 727	300,50	96,96	94,14	109,40	-

Pramen: vlastní tvorba, data ze czso.cz

Tabulka 6 nám sděluje, že z celkové plochy sadů v České republice bylo v roce 2012 až 42,6 % starých 25 a více let.

V intervalu 400–1 599 (stromy/ha) je 3 391,06 stromů starších 25 let z celkového množství v daném intervalu 5 910,77. To znamená, že až 57% stromů je v tomto intervalu přestárých.



Obrázek 9: Plocha jablečných sadů podle hustoty a stáří výsadby v České republice, 2012

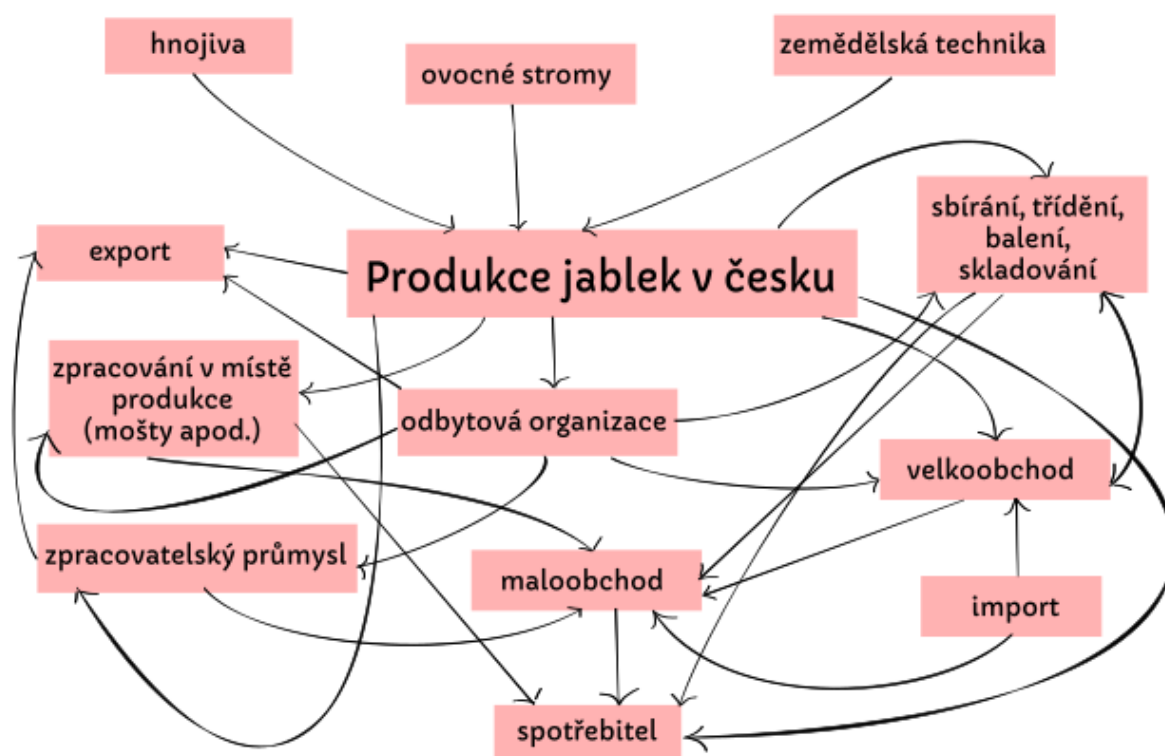
Pramen: vlastní tvorba, data z czso.cz

Z obrázku 9 jasně graficky vystupuje interval 400–1 599 (stromy/ha) v oblasti 25 a více let nad všechny ostatní a jasně poukazuje na fakt, že jablečné stromy v České republice potřebují obnovu a péči.

#### 4.1.3 Cesta jablka

Cesta jablka je někdy velmi chaotická a nepřehledná. Není jablko jako jablko a sama Evropská unie diktuje, jaké druhy, jakých barev a velikostí si mohou spotřebitelé zakoupit nejen v supermarketech ale třeba i v obchodech s bio kvalitou.

Jablko je možné utrhnout ze stromu a hned sníst, nebo ho hodit do bedýnky s danou velikostí a tuto bedýnku poslat do velkoobchodu či maloobchodu. Nebo lze jablko zpracovat rovnou v místě produkce a udělat z něj mošt. Také je možné ho poslat na druhý konec světa nebo naopak jiné jablko dovézt do České republiky a dodat ho buď do velkoobchodu, nebo maloobchodu. Cest, možností a způsobů je nesčítelně. V hlavní roli je v tomto segmentu zisk.



Obrázek 10: Cesta jablka a provázanost jednotlivých segmentů obchodu s jablkou

Pramen: vlastní tvorba a myšlenky

Dle obrázku 3 se zdá cesta jablka velmi chaotická, protože s jablkem je možné naložit hned několika způsoby a klidně se všemi najednou. Jedná se o jakousi provázanou síť subjektů a činností, které mají za úkol dostat jablko tam, kde je potřeba. Konečný cíl je dostat jablko ke spotřebiteli v podobě jakou si spotřebitel přeje.

## 4.2 Projevy globalizace na hlavní aktéry v segmentu obchodu s jablkou

Tato část byla zpracována na základě analýzy dat a rozhovorů s trhovci na Zeleném trhu v Brně, s pracovníky supermarketů Albert, Billa, Kaufland a Tesco v Brně, s majitelem sadu ve Starém Lískovci Vítem Bláhou a se spotřebiteli.

Globalizace se projevuje v obchodě s jablkou různými směry a s různou intenzitou. Jinak ji zaznamenávají trhovci, supermarkety, jinak vedoucí sadů a spotřebitelé. Autorka práce považuje níže uvedené řádky za velmi cenný materiál, který slouží k nahlédnutí do problematiky vlivu globalizace na hlavní aktéry v oblasti obchodu s jablkou.

#### **4.2.1 Pozadí dovozu jablek ze zahraničí do České republiky**

Hnutí DUHA vnímá mezinárodní obchod s potravinami jako obrovský byznys, ze kterého profitují hlavně nadnárodní firmy, dopravci a supermarkety. Hnutí také vidí tyto aktéry jako silné uskupení, jež má na množství importu a exportu velký vliv. Výsledkem jejich působení je dle hnutí úpadek českého zemědělství, znečištění a také škody způsobené nadměrnou dopravou. Dochází k tomu, že kamiony zbytečně převážejí zboží napříč kontinenty, produkují nadměrný hluk, ohrožují dopravu a znepríjemňují život v mnoha obcích. Hnutí DUHA poskytuje údaje o nákladní dopravě, která je dle jejich dat příčinou 59 % emisí oxidu dusíku a 58 % škodlivých mikročástic prachu na českých silnicích a dálnicích.

Hnutí DUHA také odpovídá na otázku, proč jablka tolik cestují. Je to tím, že dálková doprava je levná a její náklady se stále více snižují. Další příčinou je padání obchodních překážek, například vstup České republiky do Evropské unie (2004) a jejího společného trhu, který je založený na volném pohybu zboží a služeb, se významně odrazil ve vývoji vývozu a dovozu potravin mezi lety 2000 a 2010 (Hnutí DUHA, 2012).

#### **4.2.2 Srovnání jablka dovezeného do České republiky s jablkem vypěstovaným v České republice**

Dle srovnání výpovědí z rozhovorů s trhovci, prodejci jablek, pracovníky supermarketů (Tesco, Billa, Kaufland) a spotřebiteli, autorka práce vyvozuje následující srovnání jablek dovezených ze zahraničí a jablek vypěstovaných v České republice a následně prodávaných na trzích.

Jablko dovezené ze zahraničí mnohdy nespátří světlo slunce, sbírají se nezralá a zrají až na pultech v supermarketech nebo v řízené atmosféře ve skladech. Je nutné použít velké množství chemie (postřiků), aby došlo k co možná nejmenším ztrátám na úrodě, přičemž pracovnice supermarketu Billa mi sdělila, že jablka Golden Delicious se v Itálii stříkají chemickými přípravky někdy i více než 17 krát. Prioritou supermarketů je zisk a dle vedoucího jednoho ze supermarketů v byznysu nejde o uspokojení zákazníka, ale o navyšování zisku firmy. Také se zmínil o přednostech nákupu v supermarketu. Například, že zde najdeme vše na jednom místě a není třeba navštěvovat zvlášť prodejnu s masem, zvlášť pekařství a například trh s jablky.

Spotřebitelka Marie (47 let) tvrdí, že u ní cena hraje nejvýznamnější roli a není ochotna platit vyšší částky byt' by jablka byla v bio kvalitě. Na dotaz autorky práce, zda chodí nakupovat jablka k trhovcům, odpověděla, že sezóně chodí a jablka jí připadají sladší, barevnější a celkově kvalitnější.

Spotřebitelka Aneta (22 let) naopak dodává, že jablka vypěstovaná v České republice a prodávaná na trzích jsou mnohdy levnější než jablka zakoupená v supermarketech. Aneta chodí nakupovat jablka výhradně na trhy, ale tvrdí, že jí vadí, že pak stejně musí do supermarketu na ostatní zboží a je to časově náročné.

Jablko vypěstované v České republice je dle spotřebitelů chutnější a kvalitnější. Cenová politika trhovců a supermarketů je dosti podobná a přesto lidé raději koupí jablko v supermarketu než na trhu. 90 % respondentů uvádí jako velkou nevýhodu trhovců, že mohou nabídnout pouze jablko a na vše ostatní si musí zajít do supermarketu, což je ve výsledku vede ke koupi jablka právě tam.

Na trhy si pro jablko jsou ochotny dojít spíše ženy, které uvedly, že více myslí na své zdraví a chtějí pomoci místním pěstitelům a trhovcům. Muži uvedly, že otázkou zdraví se tak nezabývají, důležitější je pro ně rychlost a komfort mít potraviny na jednom místě, což jim poskytují supermarkety.

Server svet-zdravi.cz dodává, že jablka od místních pěstitelů jsou mnohonásobně lepší jak do chuti, tak i do kvality (svet-zdravi.cz, 2014).

#### **4.2.3 Postavení trhovců**

Z rozhovorů s trhovci vyplynulo, že supermarkety jsou pro ně obrovskou konkurencí, kterou je nemožné předstihnout. Mnohdy se sami sebe ptají, jestli to vzdát a zkusit jinou práci. Rozhovory působily pesimisticky a sami trhovci nepůsobili spokojeně. Autorka práce se jich ptala, co dělají proto, aby si k nim lidé šli jablko koupit a 8 z 10 prodejců jablek na Zelném trhu v Brně jí odpovědělo, že nic zvláštního. Trhovci v Brně na Zeleném trhu mnoho nepřemýšlí o marketingu, o tom jak nalákat zákazníka, spoléhají na to, že lidé přijdou sami. Trhovci někdy najmou brigádníka a ten není schopen o jablku říci nic, sám jablka nechutnal, takže neporadí, která jsou lepší. Zbylí 2 z 10 oslovených prodejců odpovědělo, že mají reklamu na webových stránkách a dají hodně na pozitivní osobní přístup k zákazníkovi, který se pak rád vrací.

Prodejci autorce prozradili také fakt, že dělá hodně, kde se stánek s jablky nachází, například, kde je větší průchodnost lidí (chodníky, dveře od prodejen), tak zde mají prodejci vyšší zisky.

Autorka práce se zamýšlela nad možnostmi, jak podpořit prodej jablek na trzích, protože sama trhy navštěvuje a dle dotazníků, která autorka provedla, by vymizení trhů s jablky spotřebitelům vadilo až v 90 % případů. Autorka práce sestavila vzhled do problematiky trhů jablek. Kladla si například otázky typu:

- potřebujeme v dnešní době (myšleno době globalizace) trhy s jablky z regionální produkce?
- co by se stalo, kdyby trhy s jablky vymizely úplně?
- jak podpořit prodej jablek na trzích?

Na základě výše uvedených dotazů autorka práce uskutečnila rozhovory se spotřebiteli. Na otázku, jestli potřebujeme v dnešní době trhy s jablky z regionální produkce, spotřebitelé odpověděli, že ano, že zde musí být variabilita a je nutné mít možnost volby, zda chci podpořit místního zemědělce, nebo zahraniční velké firmy. Spotřebitelé si uvědomovali důležitost podpory místních ovocnářů, ale na dotaz, kde kupují jablka, odpověděli v 70 % v supermarketu.

Autorka práce tuto situaci vidí jako začarovaný kruh a možnost nachází ve spolupráci supermarketu s místními pěstiteli. Tato možnost byla zajímavá až pro 90 % spotřebitelů a ti také dodávali, že by tuto možnost chtěli podpořit. Nejvíce se jim líbil fakt, že jablka, pěstovaná sezóně, pak nebude nutné dovážet ze zahraničí, ale Česká republika bude více soběstačná. Pěstitelé by měli vyšší zisky, stát by je více podpořil a česká ekonomika by si polepšila.

#### **4.2.4 Postavení supermarketů**

Z rozhovorů s pracovníky supermarketů byl vidět jasný optimismus ohledně budoucnosti supermarketů. Všichni pracovníci, kteří poskytli rozhovor (Albert, Billa, Kaufland, Tesco) řekli, že globalizace je dobrá a že bez ní bychom neměli tolik možností, jak pracovních tak i ve výběru odrůd jablek. Sdělili také fakt, že globalizace dává pracovní příležitosti lidem z chudých zemí světa a tito lidé tak nemusí žít v chudobě a mohou trhat pro Evropany jablka.

Zároveň, ale jeden pracovník dodal, že nekupuje jablka dovezená ze zahraničí, ale od značky Česká farma (Billa), protože mu vadí chování velkých korporací a to, že jablka jsou chemicky ošetřená. Při rozhovorech však většina pracovníků supermarketu nechtěla pokračovat po zmínění použití chemie na jablcích.

Server [billa.cz](http://billa.cz) představuje privátní značku Česká farma od roku 2012, jako značku, která zajistí, aby zákazník našel na pultech sítě Billa od začátku července do konce září výhradně české produkty ze sortimentu ovoce a zelenina. Tvrdí, že jde výhradně o sezónní zboží. V roce 2012 tvořil celkový podíl českých produktů na pultech obchodního řetězce Billa 65 %. Generální ředitel společnosti Billa, Jaroslav Szcypka, říká, že v obchodní strategii Billa hrají české produkty hlavní roli a že nechce podporovat cestování potravin po celém světě. Zároveň Szcypka dodává, že sami zákazníci mají rok od roku větší zájem o regionální a české potraviny ([billa.cz](http://billa.cz), 2015).

Miroslav Tryner napsal pro deník [E15.cz](http://E15.cz) že se v České republice trh supermarketů koncentruje do vlastnictví tří zahraničních řetězců:

1. Ahold
2. REWE
3. Tesco Stores

Zároveň, zde působí domácí síť COOP a to velmi významně.

Výše uvedené řetězce vlastní šest společností, které v České republice provozují 680 prodejen s celkovou prodejní plochou 490 tisíc metrů čtverečních. Zastoupení v oblasti diskontních řetězců mají v České republice pouze čtyři a to Lidl, Penny Market, Norma a COOP Diskont, přičemž poslední dva nejsou zastoupeny po celé České republice. Tyto čtyři diskontní řetězce provozovali v roce 2013 více než 640 prodejen s celkovou prodejní rozlohou 483 tisíc metrů čtverečních. Největší rozlohu mají dle zpravodajského deníku [E15](http://E15.cz) řetězce Lidl (Tryner, 2013).

Je zásadní si také sdělit více o třech výše uvedených zahraničních řetězcích:

Server [novinky.cz](http://novinky.cz) popisuje nadnárodní společnost Ahold jako akciovou společnost, která působí na českém trhu od roku 1990 a jejíž vlajkovou lodí je v České republice značka Albert, která tvoří jednu z největších maloobchodních sítí v České republice. Albert nabízí také produkty pro zákazníky, kteří upřednostňují zdravější životní styl, a tyto produkty mohou spotřebitelé najít pod logem Albert Bio ([novinky.cz](http://novinky.cz), 2003–2016).

Autorka práce provedla terénní průzkum a porovнала nabídku jablek v brněnském Albertu v období sklizně jablek (září 2015) a v zimním období (leden 2016).

Albert v období sklizně nabízel odrůdy Nabella (sklizeň v druhé polovině září) a ještě jednu blíže nespécifikovanou odrůdu pod prodejním názvem české jablko. U obou výše uvedených odrůd byla země původu Česká republika. Albert mnohdy nespécifikuje odrůdy a země původu, což vidí autorka práce jako problém, spotřebitel má právo tyto informace vědět.

REWE zaštituje řetězce Billa a Penny Market pro Českou republiku. Billa je zmíněná v této kapitole ve druhém odstavci, proto autorka práce jen dodá, že Billa si velmi polepšila ohledně zavedení značky Česká farma, která slouží jako platforma pro regionální a výhradně české pěstitele ovoce. Ovšem dle dotazníku, který autorka provedla na podzim 2015 ji znal jen 1 z 10 dotázaných. Je zapotřebí větší propagace a rozšířit povědomí o značce.

Autorka práce se také zaměřila na porovnání cen jablek ve dvou časových horizontech v obchodech Albert, Billa, Tesco a na Zeleném trhu v Brně, viz tabulky níže.

Tabulka 7: Sledování cen jablek Golden Delicious ve vybraných supermarketech, v Brně, 30. 3. – 3. 4. 2015

<b>Sledování cen jablek Golden Delicious v Brně 30. 3. – 3. 4. 2015 [Kč/Kg]</b>				
	<b>Albert</b>	<b>Billa</b>	<b>Tesco</b>	<b>Zelený trh</b>
30. 3. (Po)	29,90	18,90 (sleva 36%)	39,90	29,90
31. 3. (Út)	29,90	18,90 (sleva 36%)	39,90	29,90
1. 4. (St)	29,90	18,90 (sleva 36%)	39,90	29,90
2. 4. (Čt)	29,90	18,90 (sleva 36%)	39,90	29,90
3. 4. (Pá)	29,90	18,90 (sleva 36%)	39,90	29,90
původní cena	29,90	29,9	39,90	29,90
země původu	Itálie	Itálie	Itálie	Itálie

Pramen: vlastní tvorba, data z vlastního šetření

Tabulka 7 popisuje cenové rozdíly jednotlivých supermarketů a Zeleného trhu v Brně. V tomto ročním období nebyla česká jablka k dispozici ani na Zeleném trhu a to, že jablka odrůdy Golden Delicious byla zakoupena v Bille za akční cenu (18,90 Kč) a prodána za cenu vyšší (29,90 Kč) sdělila autorce práce při terénním průzkumu brigádnice, co tyto jablka prodávala. Brigádnice tvrdila, že to říkat musí, aby zákazník věděl, jaké zboží kupuje a že není českého původu. Ostatní odrůdy Idared, Jonagold byly ve všech výše uvedených obchodech ze Španělska. Česká jablka autorka práce našla v období 30. 3. – 3. 4. 2015 pouze v Bille a šlo o odrůdy, které dozrávají v zimním období.

Tabulka 8: Poměr cen u daných odrůdy jablek v supermarketu Albert, Brno, 30. 10. 2015

<b>Jablka</b>	<b>Cena/kg</b>	<b>Země původu</b>
Golden delicious	32,90	Itálie
Jonagold	32,90	Belgie
Abio	59,90	Itálie
Rubín	32,90	Česká republika
Gala	34,90	Česká republika
Zelená	29,90	Česká republika
Červená volná	19,90	Česká republika

Pramen: vlastní tvorba, vlastní šetření

Tabulka 8 zobrazuje poměr cen u daných odrůd jablek a zastoupení odrůd z České republiky je majoritní. Na štítcích v obchodech nebylo nikde napsáno, jestli jsou jablka z daného regionu či nikoli. Vít Bláha, který je majitel sadu ve Starém Lískovci, řekl, že je to špatně, že by byl raději, aby si zákazník mohl přečíst, ze kterého sadu konkrétně jablka pochází, navíc by si tak daný sad udělal reklamu. Místo toho jsou k dispozici kódy daných sadů buď na obalech s jablky, nebo na přepravce. Zákazník se přímo v supermarketu nemá šanci dozvědět, ze kterého sadu jablko pochází. Další nevýhoda a překážka pro zákazníka byla transparentnost země původu jablek. Odrůda zelená a červená volná neměla nikde uvedené, odkud pochází. Zákazník musel vyhledat pracovníka Albertu, aby mu řekl, po přesvědčování, odkud jablka pochází. Další nedostatek je už samotný název Zelená nebo Červená volná, že je jablko zelené a že červené může zákazník zpozorovat vlastním okem. V dotazníku, který provedla autorka práce na podzim 2015, se tyto názvy nelíbily 6 z 10 dotázaných spotřebitelů. Při rozhovoru s pracovníky supermarketu bylo autorce práce řečeno, že takto nazvaná jablka Albert už odebírá a spotřebitele nezajímá odrůda, protože tomu nerozumí.

Na pultech v Albertu dnem 30. 10. nově přibyla jablka Gala vypěstovaná v České republice. To znamená, že Albert do jisté míry spolupracuje s českými dodavateli a upřednostňuje česká jablka před těmi zahraničními, protože španělská verze této odrůdy naopak v tomto období chyběla. Pracovníci supermarketu autorce potvrdili, že se snaží co nejvíce zapojovat regionální a české dodavatele jablek.

Tabulka 9: Poměr cen u daných odrůd jablek v supermarketu Billa, Brno, 30. 10. 2015

<b>Jablka</b>	<b>Cena/kg</b>	<b>Země původu</b>
Granny Smith	39,90	Itálie
Evelina	49,90	Slovensko
Golden Delicious (Česká farma)	29,90	Česká republika
Red Chief	49,90	Itálie
Gala (Česká farma)	39,90	Česká republika
Rubín/Sampion	24,90	Česká republika
Gala	29,90	Španělsko

Pramen: vlastní tvorba, vlastní šetření

Supermarket Billa měl na každém štítku zemi původu, odrůdu i další dodatečné údaje například o chuti jablka. Pracovníci tohoto supermarketu si obzvlášť chválili privátní značku Česká farma, která je ve srovnání s jablkem Gala o 5 Kč/kg dražší, ale podle nich je kvalitnější než zahraniční jablka této odrůdy. Jablka odrůdy Rubín jsou v Bille naopak o 8 Kč/kg levnější než v Albertu. Ale jablka odrůdy Gala (Španělsko, 29,90 Kč/kg) jsou zde značnou konkurencí jak vůči České farmě (Česká republika, 39,90 Kč/kg) tak vůči levnější variantě z Albertu (Česká republika, 34,90 Kč/kg). Autorka práce půl hodiny pozorovala chování zákazníků a jasná majorita lidí koupila jablko Gala ze Španělska, které je levnější než česká varianta této odrůdy.

Tabulka 10: Poměr cen u daných odrůd jablek v supermarketu Billa, Brno, 13. 11. 2015

<b>Jablka</b>	<b>Cena/kg</b>	<b>Země původu</b>
Granny Smith	39,90	Itálie
Evelina	49,90	Slovensko
Golden Delicious (Česká farma)	29,90	Česká republika
Red Chief	49,90	Itálie
Gala (Česká farma)	39,90	Česká republika
Rubín/Sampion	26,90	Česká republika
Gala	29,90	Španělsko

Pramen: vlastní tvorba, vlastní šetření

Tabulka 10 zobrazuje měnící se ceny u odrůd Rubín/Sampion, 30. 10. 2015 (viz tabulka 9) značí, že tyto odrůdy stály 24,90 Kč/kg a 13. 11. 2015 stály už 26,90 Kč/kg.

Autorka práce se na tento rozdíl ptala pracovníků Billy a ti jí sdělili, že ceny jsou většinou stabilní, že toto je výjimka. Na ceny jablek má totiž vliv spousta věcí, které mnohdy ani nejdou vidět.

#### 4.2.5 Postavení sadařů

Česká republika musí držet krok s konkurencí a proto ve Výzkumném a šlechtickém ústavu v Holovousech vznikají stále nové odrůdy. Na serveru ireceptar.cz vysvětluje ředitel VŠÚO Holovousy s. r. o. Ing. Jaroslav Vácha, že šlechtěním se ovoce přizpůsobuje měnícímu se klimatu, chorobám, škůdcům a jiným vlivům. Podle něj jen takhle lze dosáhnout stále stejného nebo dokonce vyššího výnosu jakostního ovoce. Vácha také upozorňuje, že škůdci i choroby si vyvíjejí rezistenci proti chemickým přípravkům podobně jako bakterie proti antibiotikům a dle něj řešení nejsou stále nové postřiky, ale právě nové odolnější odrůdy ovoce. Server ireceptar.cz popisuje výzkumný a šlechtický ústav v Holovousech jako výzkumný institut, kterému slouží k výzkumu už přibližně 80 hektarů půdy a několik laboratoří a jejich sady opylují vlastní včelstva. Jejich výzkum se podle ireceptare.cz kromě šlechtění zabývá také integrované a bio produkci ovoce, agrotechnickým postupům a genofondu ovocných dřevin (Bucharová, 2014).

Podle ekonomického severu ČTK Finanční noviny je ovocnářství v krizi, protože čeští ovocnáři snížili za poslední rok plochu sadů o 11 % na 15 469 hektarů, což je největší propad za posledních 20 let. Podle finančních novin je důvodem propadu špatná ekonomická situace českého ovocnářství v poslední době. Poslední ránou pro české ovocnáře bylo zavedení ruského embarga v roce 2014 na dovoz ovoce z EU, které způsobilo propad cen ovoce. Podle předsedy Ovocnářské unie Martina Ludvíka by mohly zastavit propad českého ovocnářství programy podpory z fondů EU. Martin Ludvík také dodává pro server Finanční noviny, že byly zlikvidovány hlavně staré a přestálé výsadby, ale nové je nenahradily. Řada zemědělských podniků do ovocnářství již v posledních letech neinvestovala a teď s pěstováním ovoce skončila úplně. Ludvík zmiňuje také fakt, že další podniky kvůli nedostatku peněz na investice ovocnářství omezují. *"V posledních pěti letech se každý rok vysázelo 300 až 400 hektarů nových sadů a 400 až 500 hektarů se zlikvidovalo. Nedá se tak čekat, že nynější mimořádně vysoký úbytek téměř 1900 hektarů sadů bude nahrazen. Podniky nejsou ochotné v nynější situaci sady obnovovat,"* řekl Ludvík. Pěstování ovoce je podle něj v delších časové horizontu nerentabilní. Server Finanční noviny doplňuje, že ovocnářství je velmi finančně náročné a

uvádí, že výsadba jednoho hektaru sadu vyjde na 500 000 korun až jeden milion korun podle toho, jestli je sad vybaven i závlahou či protikroupovými sítěmi. Další investice jdou podle Ludvíka do polní techniky a posklizňových linek, bez kterých už moderní hospodářství nemůže fungovat. *"Návratnost investic je však nejistá a podnikání je kvůli počasí vysoce rizikové,"* uvedl předseda ovocnářů pro server Finanční noviny.

Řešení se podle Ludvíka nachází v Programu rozvoje venkova v programovacím období EU pro roky 2014 až 2020. Ludvík na závěr dodává, že má-li být program úspěšný a má-li pomoci udržet rozměr českého ovocnářství, měla by být podpora investic v ovocnářství prioritou číslo jedna (autor ČTK, 2015).

Podle serveru eagri.cz poputuje zásluhou Programu rozvoje venkova do českého zemědělství v příštích letech téměř 3,1 miliardy eur (v přepočtu více než 84 miliard korun). Částka 2,3 miliard eur (63 miliard korun) bude z unijních zdrojů a 768 milionů eur (21 miliard korun) z českého rozpočtu.

Server se eagri.cz podělil i o hlavní cíle programu což jsou:

- obnova, zachování a zlepšení ekosystémů závislých na zemědělství prostřednictvím zejména agroenvironmentálních opatření
- investice pro konkurenceschopnost a inovace zemědělských podniků
- podpora vstupu mladých lidí do zemědělství
- krajinná infrastruktura

Další významné přínosy Programu rozvoje venkova jsou například podpora diverzifikace aktivit ve venkovském prostoru s cílem vytváření nových pracovních míst a zvyšování hospodářského rozvoje. Podpora bude mířit ke komunitně vedenému místnímu rozvoji, resp. prostřednictvím metody LEADER, která přispívá k lepšímu zacílení podpory na místní potřeby daného venkovského území a rozvoji spolupráce aktérů na místní úrovni. Předávání znalostí a inovací formou vzdělávacích aktivit, poradenství a spolupráce v oblasti zemědělství a lesnictví jsou horizontální prioritou tohoto programu (Ministerstvo zemědělství, 2014).

**Předpokládané alokace finančních prostředků (v % vyjádření) do jednotlivých oblastí:**



3

Obrázek 11: Předpokládané alokace finančních prostředků do jednotlivých oblastí zemědělství České republiky, 2014–2020

Pramen: zpracování a zdroj dat eagri.cz

Na obrázku 11 je graf, který zobrazuje rozdělení financí z Programu rozvoje venkova pro období 2014–2020. Z grafu lze vyčíst, že majoritou dotací je Ochrana životního prostředí a nejméně poputují finance do sektoru Účinného využívání zdrojů, přechod na nízkouhlíkovou ekonomiku a do sektoru Technická pomoc a Staré závazky -<sup>4</sup>PUZČ.

Martin Ludvík také upozorňuje, že ceny si pěstitelé jablek tak docela neurčují sami. V roce 2014 si mohl spotřebitel v supermarketu koupit kilo jablek průměrně od 8 do 13 korun. Ludvík však dodává, že od této ceny ještě museli ovocnáři odečíst vysoké náklady na dopravu, balení, zaskladnění, což činilo další 3 až 4 koruny. Náklady na vypěstování jablek se pohybují od 7 do 9 korun. Zároveň se musí čeští ovocnáři vypořádávat s nerovnými podmínkami na evropském trhu. Musí přizpůsobovat své ceny zahraniční konkurenci, kterou představuje z největší části Polsko.

<sup>3</sup> Nízkouhlíkatá ekonomika je podle serveru climatechallenge.webnode.cz taková ekonomika, která produkuje minimální množství skleníkových plynů do atmosféry. Nejsou však omezovány jisté činnosti, ale jde spíše o způsob výroby, dopravy a využití energie, které drasticky sniží nebezpečné emise.

<sup>4</sup> PUZČ znamená Předčasné ukončení zemědělské činnosti.

Právě například polští ovocnáři dostávají větší dotace a daňové úlevy od státu a zároveň mohou používat takové chemické prostředky, které jsou u nás zakázány (Pálka, 2014).

#### **4.3.6 Postavení spotřebitele**

Spotřebitel se nachází ve velmi ošemetné situaci, kdy chce nakoupit co nejlevněji, co nejkvalitnější zboží, co nejpohodlněji, v co možná nejkratším čase a možná chce přitom myslet na dobro místních ovocnářů.

Nakupující mohou projevy globalizace pocítit každý den v obchodech, kdy se rozhodují, které jablko si koupí. Na pultech supermarketů se jim dostává výběr i z těch nejvzdálenějších zemí světa jako například Nový Zéland, Chile či Itálie. Avšak ve většině supermarketů dominují české odrůdy (průměrně až 70 % podíl).

Supermarkety jsou živeny globalizací a díky ní mohou nabízet výrobky z celého světa ale i výrobky z domácí produkce na jednom místě. Snaží se přizpůsobit svoji nabídku poptávce a uspokojit co možná největší masu lidí. Z rozhovoru s pracovnící supermarketu Billa vyplynulo, že jablka dovozem a jejich úpravou (řízená atmosféra) trpí na kvalitě a mají horší chuť, než jablka vypěstovaná v sadech v České republice, kde na ně svítí slunce. Dotazníkové šetření, které autorka práce provedla v září 2015, jasně ukazuje, že 9 z 10 lidí si myslí, že jablka ze sadů z domácí produkce jsou výrazně chutnější.

Avšak další dotazníkové šetření, které autorka práce provedla v únoru 2016, upozorňuje na fakt, že až 90 % respondentů si raději koupí jablko z Itálie, které je zlevněné, než jablko z domácí produkce. Na cenu se orientuje podle šetření 75 % respondentů a na kvalitu zbylých 25 %.

### **4.3 Možná řešení problematiky postavení českého ovocnářství**

Situace českých pěstitelů jablek ale i celého ovocnářství není růžová a není pro daný segment příznivá. Celá situace dle autorky práce začíná právě v orientovanosti spotřebitelů primárně na cenu jablek, neznalosti mechanismů v obchodu s jableky a nedostatku nástrojů (platforem) skrz které by se spotřebitel buď dozvěděl, jaká je situace ovocnářství nebo skrz které by se zaktivizoval a pomohl změnit postavení českého ovocnářství.

Autorka práce se sama v průběhu psaní této práce zamýšlela, jak danou situaci změnit a přichází s následujícími nápady:

#### **4.3.1 Vytvoření občanských kampaní**

Je potřeba dostat spotřebitelům do podvědomí co se děje, když nakupují jablka výhradně jen podle jejich ceny a jak to ovlivňuje dění kolem. Autorka práce se domnívá, že kdyby spotřebitelé ze dne na den poptávali pouze regionální jablka, trh by byl nucen se přizpůsobit a záměr podpořit místní producenty by došel rychle svému cíli.

Realita je ovšem jiná a spotřebitelé se stále orientují hlavně podle ceny, což nahrává nadnárodním společnostem a zahraničním dovozcům jablek, kteří mají mnohdy výhodnější podmínky pro vstup na trh České republiky (Polsko).

Občanské kampaně zajistí, aby si i spotřebitelé uvědomili svoji zodpovědnost k:

- životnímu prostředí
- regionálním pěstitelům
- situaci českého hospodářství a zemědělství
- budoucnosti ovocnářství jako prosperujícímu oboru
- soběstačnosti České republiky v produkci základních potravin

## Spořebiteli, co můžeš udělat proto, aby se regionálním pěstitelům jablek vedlo lépe?



Obrázek 12: Návrh možné kampaně cílené na spotřebitele a jejich zodpovědnost vůči regionálním pěstitelům

Pramen: vlastní tvorba a myšlenky

Na obrázku 12 je možno vidět spotřebitele kterému se právě otevřeli oči a začíná uvažovat v souvislostech, vidí svoje možnosti a že může třeba i sám přispět a aktivně se zajímat o problematiku ovocnářství. Je třeba dát lidem vědět, že sami mohou spoustu věcí ovlivnit sami a nemusí se spoléhat na to, až to vše zachrání například Evropská unie svými dotacemi. Celkově by kampaň mohla mít vytyčený nějaký terč, který by reprezentoval, buď co chce daná kampaň změnit, nebo co je jejím cílem. Taková kampaň musí obsahovat dobře promyšlenou strategii, jak dosáhne dílčích cílů, skrz které se pak dostane k hlavnímu cíli kampaně. Hlavní cíl kampaně by mohl cílit na spotřebitele, na jeho odpovědnost vůči jeho orientovanosti na cenu. Dílčí cíle by pak nabízely jak informace o důsledcích takového chování, tak i uměle vytvořený návrh, jak by situace vypadala, kdyby se spotřebitel neorientoval primárně na cenu.

#### 4.3.2 Vytvoření platformy s relevantními a ucelenými údaji

Při psaní této práce musela autorka hledat informace na spoustě webových stránkách a osobně navštěvovat trhovce, aby zjistila jaká je jejich nabídka. Transparentnost těchto základních informací byla časově náročná a neexistuje ucelená stránka, která by informovala o situaci ovocnářství, která by skutečně aktivně jednala a měnila věci ve prospěch regionálních pěstitelů jablek.

Bylo možné dohledat pouze stránku Ovocnářské unie (<http://www.ovocnarska-unie.cz/>), která vzhledově patří mezi ty starší a není uživatelsky přívětivá. Stránka <http://www.nalok.cz/default.aspx> je uživatelsky přívětivá, obsahuje města České republiky, které si spotřebitel může najít a rozkliknout si město, kde žije a najít aktuální informace o lokálním trhu. Zcela chybí propojení s aktuálními informacemi z ovocnářství, ohledně úrody, výhledové zprávy apod. Pro tyto informace musí člověk zase na jiné stránky. Také chybí hodnocení trhů, uživatelé (spotřebitelé) nemohou komunikovat mezi sebou a sdělovat si poznatky.

Autorka práce vidí cestu ve vytvoření ucelené, uživatelsky přívětivé a zároveň atraktivní webové stránky, nebo aplikace do telefonu, kde by mohli přispívat s aktuálními informacemi všichni, kdo jsou jakkoli spojeni s ovocnářstvím. Byli by to jak spotřebitelé, pěstitelé, trhovci, supermarkety tak i vyšší úřady (Ministerstvo zemědělství apod.). Cílem by bylo propojit všechny sektory od spotřebitele až po Ministerstvo zemědělství. Součástí by byly informace z ekonomického dění a následné popsání vlivu dané události na sektor ovocnářství.

Největší výhodou a cílem webové stránky (popř. mobilní aplikace) by byla transparentnost a dostupnost aktuálních údajů na jediném webu. Lidé by mohli začít uvažovat kriticky a v souvislostech a chápat jak moc věci spolu souvisí. Zároveň by pocítili, že jsou schopní sami věci měnit a to by mohlo přispět k jejich další aktivizaci.

V neposlední řadě by webová stránka (či mobilní aplikace) mohla obsahovat mapu, opět uživatelsky přívětivou, která by uživateli našla dle jeho lokace nejbližší trh, sad či bio obchod s ovocem od místních producentů.

### 4.3.3 Zapojení mladé generace

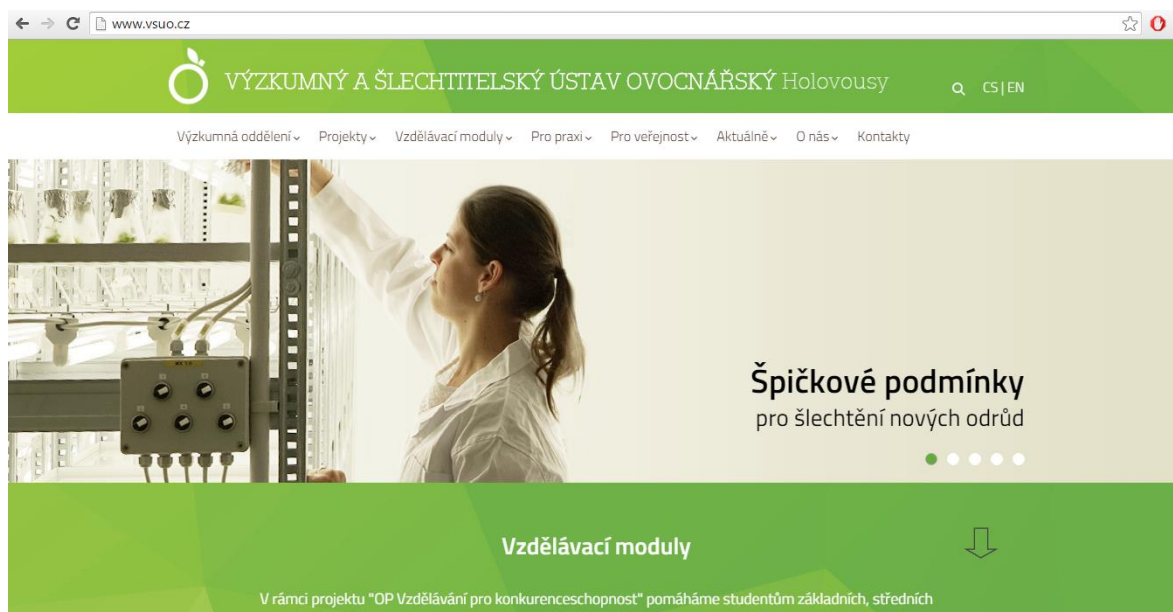
Autorka práce navštívila webové stránky Ovocnářské unie (<http://www.ovocnarska-unie.cz/>) a soudí, že stránky potřebují novější vzhled, který by přitáhl nové mladé ambiciózní lidi. Obor ovocnářství není totiž mezi mladou generací oblíbený, protože dle 9 z 10 studentů vysoké školy v České republice (dle dotazníku, který provedla autorka práce v únoru 2016) to není zajímavý obor, kde by chtěli pracovat. Do poznámek někteří uvedli, že je v tomto segmentu spousta práce, ale minimum peněz. Studenti nejsou vůbec daleko od pravdy a je potřeba tento obor zatraktivnit.

Na dobré cestě je Výzkumný a šlechtický ústav ovocnářský v Holovousech (dále už jen VŠÚO). Jeho stránky jsou velmi atraktivní a uživatelsky přístupné (<http://www.vsuo.cz/>), jsou jak v českém jazyce, tak i v angličtině což na stránkách Ovocnářské unie zcela chybí a nejsou celkově chaoticky přeplácené barvami jako u Ovocnářské unie.



Obrázek 13: Printscreens webových stránek Ovocnářské unie, 2016

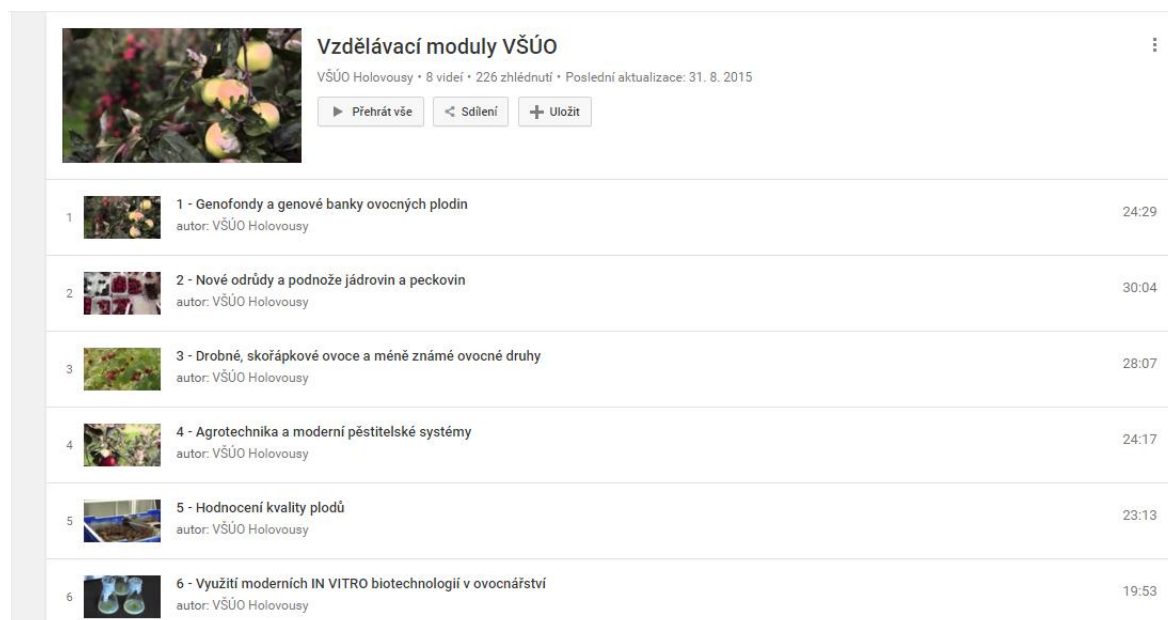
Pramen: [www.ovocnarska-unie.cz](http://www.ovocnarska-unie.cz)



Obrázek 14: Printscreen Výzkumného a šlechtického ústavu ovocnářského v Holovousech, 2016

Pramen: [www.vsuo.cz](http://www.vsuo.cz)

Na obrázku 14 se nachází webová stránka VŠÚO Holovousy a hned je jasné, že zde leží perspektiva a budoucnost českého Ovocnářství.



Obrázek 15: Printscreen YouTube kanálu VŠÚO pro veřejnost

Pramen: <https://www.youtube.com/channel/UCwkqaDUEnmS8Qj7zgl-LpxQ>

Na obrázku 15 se nachází printscreen YouTube kanálu VŠÚO, který je volně přístupný veřejnosti a který si klade za cíl informovat veřejnost VŠÚO o svých činnostech. Natáčení videí a šíření informací prostřednictvím kanálu YouTube je dle autorky práce velkým krokem k oslovení mladé generace potenciálních ovocnářů. Tento projekt podpořila také Evropská unie svými dotacemi.

## 5 ZÁVĚR

Hlavní cíl bakalářské práce byl vytyčení a zhodnocení projevů globalizace vůči jednotlivým aktérům v segmentu obchodu s jablky v České republice. Toto vytyčení a hodnocení bylo provedeno na základě výčtu projevů globalizace a analýzy obchodu s jablky, které bylo dosaženo pomocí zmapování produkčních oblastí světa a Evropy, které dováží jablka do České republiky, zpracováním dat z Českého statistického úřadu a popisem dopravy jablka ke konečnému spotřebiteli, která se ukázala být velmi komplikovanou a protkanou.

Podkapitola, Projevy globalizace na hlavní aktéry v segmentu obchodu s jablky zobrazuje výsledky dotazníků, rozhovorů a terénního šetření, které potvrzují, že globalizace se podílí na snižování atraktivnosti ovocnářství, orientovanosti většiny zákazníků převážně na cenu a na bezmoci pěstitelů ovoce bojovat proti nadnárodním společnostem, které využívají nejnovějších poznatků marketingu a technologií.

V poslední podkapitole, Možná řešení problematiky postavení českého ovocnářství, nabízí autorka práce tři možná řešení, jak současnou situaci řešit a navrhuje vytvoření občanských kampaní, které by měly za úkol aktivizovat české spotřebitele a dostat do jejich povědomí fakt, že sami koupí jablka u regionálního producenta mohou pomoci situaci změnit. Druhé řešení je vytvoření platformy, kde by byly kompletní informace o celém sektoru ovocnářství a tato platforma by měla za úkol poskytovat nejnovější informace od lokálních producentů o úrodě a cenách a také by zde byly informace od Ministerstva zemědělství týkající se ovocnářství s tím rozdílem, že by byly napsány tak, aby jim rozuměla co nejširší, mnohdy laická, veřejnost. Poslední návrh na řešení je zapojení mladé generace, což považuje autorka práce za klíčové a zásadní, protože tato mladá generace má mnohdy lepší vhled do tohoto globalizovaného prostředí, které obchod s jablky tak ovlivňuje. Mladí lidé mohou přinést nové myšlenky a pohledy na věc.

## Seznam použité literatury

### Elektronické zdroje

BUCHAROVÁ, Jana. Prodej stromků ve Šlechtitelském ústavu Holovousy: jabloně, hrušně, třešně, meruňky, slivoně. *IReceptář* [online]. Česká republika: iReceptář, 2014 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <http://www.ireceptar.cz/zahrada/uzitkova-zahrada/prodej-stromku-ve-slechtitelskem-ustavu-holovousy-jablone-hrusne-tresne-merunky-slivone/>

ČESKÁ TISKOVÁ KANCELÁŘ. Soběstačnost Česka: hodně masa, málo brambor a ovoce. *E15* [online]. Mladá fronta, 2014 [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/zemedelstvi/sobestacnost-ceska-hodne-masa-malo-brambor-a-ovoce-1103475>

*Dovoz a vývoz potravin po česku: Příčiny dovozu* [online]. In: . Hnutí DUHA, 2012, s. 4 [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: [http://www.hnutiduha.cz/sites/default/files/publikace/2012/09/dovoz\\_na\\_web.pdf](http://www.hnutiduha.cz/sites/default/files/publikace/2012/09/dovoz_na_web.pdf)

ČTK. Ovocnářství je v krizi, za poslední rok ubylo 11 procent sadů. In: *Finanční noviny - ekonomický server ČTK* [online]. Česká republika: ČTK, 2015 [cit. 2016-03-07]. ISSN 1213-4996. Dostupné z: <http://www.financninoviny.cz/zpravy/ovocnarstvi-je-v-krizi-za-posledni-rok-ubylo-11-procent-sadu/1231644>

FRIČOVÁ, Vítězslava. Obchodní politika: Nástroje společné obchodní politiky. In: *Euroskop* [online]. Česká republika: Vláda České republiky, 2016 [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/680/sekce/obchodni-politika/>

HLOUŠKOVÁ, Lenka. Ahold Czech Republic, a. s. Novinky.cz [online]. Česká republika: Borgis, 2016 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://tema.novinky.cz/ahold-czech-republic-a-s->

KRUPA, Aleš. Malé intervence v krajině – staré odrůdy. *Krajina a životní prostředí* [online]. Česká republika: Občanský spolek Černá louže - Polesí, 2012 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <http://www.polesi.eu/2012/04/male-intervence-v-krajine-stare-odrudy/>

MEZŘICKÝ, Václav, DLOUHÁ, Jana a Jiří DLOUHÝ (eds.). *Globalizace a globální problémy: Sborník textů k celouniverzitnímu kurzu „Globalizace a globální problémy“ 2005-2007* [online]. Praha: Univerzita Karlova, Centrum pro otázky životního prostředí, 2006 [cit. 2016-02-16]. ISBN NORBERG, Johan. *Globalizace*. 1. vyd. Praha: Alfa P. Dostupné z: <http://www.kch.tul.cz/sedlbauer/globalizace.pdf>

MEZŘICKÝ, Václav. *Globalizace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 147 s. ISBN 80-7178-748-5. Dostupné z: <http://krameriusndktest.mzk.cz/search/handle/uuid:1bb7d930-1092-11e3-beb8-005056827e51>

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Program rozvoje venkova 2014-2020. In: MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *EAgro: dotace* [online]. Ministerstvo zemědělství, 2014 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2014/>

Návrat k tradičním potravinám: Vyšší kvalita místních, sezónně nabízených potravin. *Svět zdraví* [online]. [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: <http://www.svet-zdravi.cz/clanky/navrat-k-tradicnim-potravinam>

TRYNER, Miroslav. Nový rekord: řetězce už v Česku zabírají více než dva miliony metrů čtverečních. *E15* [online]. Mladá Fronta, 2013 [cit. 2016-03-13]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/novy-rekord-retezce-uz-v-cesku-zabiraji-vice-nez-dva-miliony-metru-ctverecnich-1003870>

Ovoce a zelenina. *EAgri: Zemědělství* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2009 [cit. 2016-02-16]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/roslinne-komodity/ovoce-a-zelenina/?fullArticle=1>

PÁLKA, Matěj. Čeští ovocnáři bojují na nerovném trhu, stýská si jejich předseda Martin Ludvík. In: *Radiožurnál* [online]. Česká republika: Český rozhlas, 2014 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/vecernihost/\\_zprava/cesti-ovocnari-bojuji-na-nerovnem-trhu-styska-si-jejich-predseda-martin-ludvik--1406490](http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/vecernihost/_zprava/cesti-ovocnari-bojuji-na-nerovnem-trhu-styska-si-jejich-predseda-martin-ludvik--1406490)

Pěstování ovoce: Třídění a tržní úprava ovoce. *Metodické listy OPVK* [online]. Holovousy: VŠŮO, 2015, **12**(24), 6-7 [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: [http://www.vsuo.cz/common/cms\\_files\\_pr/files\\_to\\_download/A24\\_Pestovani\\_ovoce.pdf](http://www.vsuo.cz/common/cms_files_pr/files_to_download/A24_Pestovani_ovoce.pdf)

ROJÍČEK, Marek. Vliv globalizace na fungování mezinárodního obchodu: Teoreticko-metodologická východiska mezinárodního obchodu. *Politická ekonomie* [online]. 2012, (2), 187-188 [cit. 2016-02-15]. DOI: 10.18267/j.polek.837. Dostupné z: <https://www.vse.cz/polek/837>

ROLNÝ, Ivo a Lubor LACINA. Globalizace, etika, ekonomika. Vyd. 3., rozš., (1. v nakl. Key Publishing). Ostrava: Key Publishing, 2008, 281 s. ISBN 978-80-87071-62-5. Dostupné z: <http://krameriusndktest.mzk.cz/search/handle/uuid:cdae5700-aea1-11e4-a7a2-005056827e51>

Slovníček [online]. In: . 2009 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: [http://climatechallenge.webnode.cz/slovnicek/#nizkoughlikova\\_ekonomika](http://climatechallenge.webnode.cz/slovnicek/#nizkoughlikova_ekonomika)

Současnost českého ovocnářství. Ovocnářská unie České republiky: Současnost [online]. Holovousy: Ovocnářská unie, 2016 [cit. 2016-02-16]. Dostupné z: <http://www.ovocnarska-unie.cz/?page=2>

Tisková zpráva 29. června 2012: Česká farma - nová značka zeleniny a ovoce na pultech v Bille. BILLA [online]. Česká republika, 2012 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: [https://www.billa.cz/O\\_n%C3%A1s/Tiskov%C3%A9\\_zpr%C3%A1vy/Tiskov%C3%A1\\_zpr%C3%A1va\\_7\\_\\_1\\_\\_2015/29\\_\\_%C4%8Dervna\\_2012\\_-\\_%C4%8Cesk%C3%A1\\_farma\\_%E2%80%93\\_nov%C3%A1\\_zna%C4%8Dka\\_zeleniny\\_a\\_ovoce\\_na\\_pultech\\_v\\_Bille/dd\\_bi\\_subpage.aspx](https://www.billa.cz/O_n%C3%A1s/Tiskov%C3%A9_zpr%C3%A1vy/Tiskov%C3%A1_zpr%C3%A1va_7__1__2015/29__%C4%8Dervna_2012_-_%C4%8Cesk%C3%A1_farma_%E2%80%93_nov%C3%A1_zna%C4%8Dka_zeleniny_a_ovoce_na_pultech_v_Bille/dd_bi_subpage.aspx)

## **Knižní zdroje**

BOČEK, Stanislav. Ovocné dřeviny v krajině: pilotní vzdělávací program, Hostětín 2007/8 : sborník přednášek a seminárních prací. 1. vyd. Brno: ZO ČSOP Veronica, 2008, 184 s. ISBN 978-80-904109-2-3.

HODAČ, Jan a Tomáš KOTRBA. Učebnice globalizace. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2011, 308 s. ISBN 978-80-87474-33-4.

MAREČEK, J. Ovocný strom jako významná součást krajinného rázu. In: Skleničková, N. *Ochrana krajinného rázu: třináct let zkušeností, úspěchů i omylů*. Praha, 2006, 189 s. ISBN 80-903206-7-8

NORBERG, Johan. Globalizace. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2006, 203 s. ISBN 80-86851-32-x.

ŠTĚRBOVÁ, Ludmila. Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 364 s. ISBN 978-80-247-4694-4.

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Graf plochy jablečných sadů krajů České republiky [ha], 2012 .....	13
Obrázek 2: Plocha jablečných sadů v krajích ČR, 2007 a 2012.....	14
Obrázek 3: Plocha sadů jabloní a zastoupení nejčtenějších odrůd v krajích České republiky, 2012 .....	16
Obrázek 4: Plocha odrůd jabloní v České republice, 2007 .....	18
Obrázek 5: Celkový import jablek do České republiky v letech 2003–2012 .....	20
Obrázek 6: Celkový import jablek do České republiky z evropských zemí, v letech 2003–2012 .....	21
Obrázek 7: Produkce a spotřeba jablek [t] v České republice v letech 1993–2012 .....	22
Obrázek 8: Export a import jablek [t] České republiky v letech 1993–2012.....	23
Obrázek 9: Plocha jablečných sadů podle hustoty a stáří výsadby v České republice, 2012 .....	26
Obrázek 10: Cesta jablka a provázanost jednotlivých segmentů obchodu s jablky.....	27
Obrázek 11: Předpokládané alokace finančních prostředků do jednotlivých oblastí zemědělství České republiky, 2014–2020.....	37
Obrázek 12: Návrh možné kampaně cílené na spotřebitele a jejich zodpovědnost vůči regionálním pěstitelům .....	40
Obrázek 13: Printscreen webových stránek Ovocnářské unie, 2016.....	42
Obrázek 14: Printscreen Výzkumného a šlechtického ústavu ovocnářského v Holovousech, 2016.....	43
Obrázek 15: Printscreen YouTube kanálu VŠÚO pro veřejnost .....	43

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Plocha jablečných sadů v České republice a krajích České republiky v roce 2007 a 2012, [ha] .....	14
Tabulka 2: Vybrané ukazatele ovocných sadů v České republice za vybrané roky .....	15
Tabulka 3: Srovnání nejsilnějšího a nejslabšího roku v oblasti obchodu jablek v České republice [t] .....	24
Tabulka 4: Soběstačnost České republiky v produkci hlavních zemědělských komodit za rok 2011 [t] .....	24
Tabulka 5: Vývoj soběstačnosti České republiky - srovnání let 2007 a 2011 [%] .....	25
Tabulka 6: Plocha jablečných sadů podle hustoty a stáří výsadby v České republice, 2012 .....	25
Tabulka 7: Sledování cen jablek Golden Delicious ve vybraných supermarketech, v Brně, 30. 3. – 3. 4. 2015	32
Tabulka 8: Poměr cen u daných odrůdy jablek v supermarketu Albert, Brno, 30. 10. 2015 .....	33
Tabulka 9: Poměr cen u daných odrůd jablek v supermarketu Billa, Brno, 30. 10. 2015 .....	34
Tabulka 10: Poměr cen u daných odrůd jablek v supermarketu Billa, Brno, 13. 11. 2015 .....	34