

BIOPOTRAVINY Z POHLĀDU SLOVENSKEHO SPOTREBITEĽA ORGANIC FOOD FROM THE PERSPECTIVE OF SLOVAK CONSUMER

*Alica Bobková, Ľubomír Lopašovský, Lucia Zeleňáková, Marek Bobko,
Ľubomír Belej*

Abstract: As it presently began to promote more organic dealers and increased interest in organic production, it is clear that consumers concerned with searching for information about organic food and its quality. In the thesis, we aimed to analyze the quality and consumption of organic food, their popularity, the labeling and price.

Key words: organic food, consumption, quality

ÚVOD

Ekologické poľnohospodárstvo (niekedy tiež bio poľnohospodárstvo, zriedkavejšie organické poľnohospodárstvo z anglického „organic agriculture“), je taký spôsob hospodárenia, ktorý berie ohľad na prirodzený kolobeh a závislosti a umožňuje tak produkovať vysoko kvalitné a hodnotné potraviny (**URL 1**).

Oproti iným štátom sa vznik a rozvoj ekologického poľnohospodárstva v SR oneskoril o 20 rokov. Časovo možno považovať za vznik ekologického spôsobu hospodárenia na území Slovenska rok 1991, keď vtedajšie MPaV na základe smernice IFOAM ustanovilo regulačnú normu „Pravidlá organického poľnohospodárstva platné pre územie SR“ (**Lacko-Bartošová, 2005**).

Biopotraviny a bioprodukty sú definované pomerne jednoducho ako certifikované a označené produkty ekologického poľnohospodárstva (**Bárták, et. al, 2005**). Podľa **Urbana et. al (2003)** sa biopotraviny líšia od ostatných potravín spôsobom svojho vzniku. Sú produktom ekologického poľnohospodárstva a pri ich spracovaní je povolené len limitované použitie pomocných a prídavných látok.

Biopotraviny sú potraviny vyrobené z bioproduktov, t. j. produktov kontrolovaného ekologického poľnohospodárstva, čo je veľmi pokrokový spôsob hospodárenia s kladným vzťahom k pôde, rastlinám, zvieratám a prírode. Biopotraviny môžu obsahovať povolené aditívne látky, pomocné látky a suroviny konvenčného poľnohospodárstva až do 30 % hmotnosti. Nesmú byť vyrábané s použitím umelých hnojív, pesticídov a génových manipulácií, biopotraviny nesmú obsahovať umelé farbivá a konzervanty a nesmú byť spracované chemickými a fyzikálnymi postupmi. , bez používania umelých hnojív, chemických prípravkov, postrekov, hormónov a umelých látok. Vyznačujú sa vysokou kvalitou, výraznou a nefalšovanou chuťou. Sú navyše ekologicky, eticky a sociálne akceptovateľné (**URL 2 ; Komprda, 2009**).

Podľa **Červenku (2005)** sú bioprodukty priame poľnohospodárske produkty získané ako výstup z ekologického poľnohospodárstva, ktoré sú určené na priamu spotrebu, alebo ako suroviny určené na ďalšie spracovanie.

MATERIÁL A METODIKA

V práci sme sa zamerali na hodnotenie biopotravín spotrebiteľmi, ich porovnanie s potravinami pochádzajúcimi z konvenčného poľnohospodárstva a v závere sme sa ešte venovali porovnaniu cien vybranej skupiny bioproduktov, ktoré si spotrebiteľ môže kúpiť jednak v špecializovaných predajniach, ale aj v supermarkete.

Správanie spotrebiteľov na trhu s biopotravinami sme zisťovali prostredníctvom dotazníka, ktorý obsahoval 70 otázok. Do prieskumu bolo zapojených 174 respondentov z východoslovenského a západoslovenského kraja, pričom z celkového počtu opýtaných bolo 47,1 % žien a 52,9 % mužov z VS a 43,9 % žien a 56,1 % mužov zo ZS. V prieskume boli zastúpení respondenti oboch pohlaví, všetkých vekových kategórií, stupňov vzdelania,

rôznych profesií, s rôznou výškou mesačného príjmu, bydliskom a počtom členov v domácnosti.

Dotazník bol anonymný, respondenti odpovedali formou výberu vopred formulovaných odpovedí, pričom mohli označiť vždy len jednu odpoveď. Dotazník sme vyhodnocovali pomocou hypotéz, čiže tvrdení, ktoré vedci formulujú vtedy, keď na danom stupni poznania nevedia vysvetliť určité skupiny javov alebo udalostí a hypotéza sa ich pokúša vysvetliť. Hypotéza je tvrdenie alebo systém tvrdení, o ktorom/ktorých v čase jeho/ich formulovania nemožno rozhodnúť, či je pravdivé alebo nepravdivé. Tvorenie vedeckých hypotéz nie je náhodný akt. Vedecká hypotéza musí vyhovovať nasledujúcim podmienkam, ako napr. (musí vychádzať z doterajších poznatkov, musí byť v zhode s faktami, ktorých sa týka, musí objasňovať väčšinu javov, ktorých sa týka, prípadne musí byť použiteľná aj na javy, ktoré v čase formulovania hypotézy nie sú známe, musí byť vedecky overiteľná, napríklad experimentom). Aj hypotéza, ktorá sa nakoniec ukáže byť nepravdivou, môže byť rovnako zaujímavým výsledkom.

Predmetom nášho záujmu bolo tiež porovnanie cien vybranej skupiny biopotravín predávaných v špecializovaných predajniach Planet Food a DK Bioshop a v supermarkete Hypernova odkiaľ sme čerpali nielen cenu biopotravín ale tiež cenu konvenčných potravín. Informácie a vstupné údaje sme vyhodnocovali využitím metód analýzy, syntézy a porovnania. Po zozbieraní výsledkov a vyhodnotení sme získané výsledky zapísali do tabuliek a grafov. Mohli sme tak jednoduchšie zistiť, aké sú najčastejšie nedostatky v znalostiach o biopotravinách našich respondentov.

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Biopotraviny poznala väčšina nami opýtaných respondentov a najčastejšie ich nakupovali ženy nad 50 rokov na východnom Slovensku. Spotrebiteľia odpovedali, že dávajú prednosť slovenským biopotravinám a ako hlavný problém nižšieho predaja biopotravín na východnom Slovensku (90,9 % mužov nad 50 rokov) považujú vysokú cenu.

Výsledky nášho prieskumu sme porovnali s výsledkami spoločnosti GfK Slovakia kde sa uvádza, že, povedomie o biopotravinách je na Slovensku pomerne vysoké. Tieto špeciálne potraviny vyrobené, pestované a balené čisto na prírodnej báze pozná na Slovensku až 69 % ľudí, avšak nakupuje ich približne len pätina Slovákov. Tých, ktorí nakupujú biopotraviny intenzívne a bio výrobky patria k ich bežným nákupom, je minimum, a to 2 % populácie.

Naši respondenti z východného Slovenska taktiež uviedli, že najčastejšie preferujú nákup mlieka, mliečnych výrobkov a tiež ovocia a zeleniny. Podobná situácia sa opakovala aj u respondentov zo západného Slovenska, ale uprednostňovali skôr ovocie a zeleninu pred mäsom a mäsovými výrobkami. Väčšina nami opýtaných ich respondentov z obidvoch krajov nakupuje biopotraviny v supermarketoch.

Zákazníci, ktorí bio-potraviny nakupujú nadpriemerne, sú vysokoškooláci či stredoškooláci s maturitou, respondenti vo veku medzi 30 a 39 rokov.

Profil spotrebiteľov nakupujúcich biopotraviny sa zdá byť podľa **Cicia et al., (2009)** rôznorodý, pretože zahŕňa aj psychologické a sociálno-ekonomické aspekty.

Z našich výsledkov vyplynulo, že biopotraviny najčastejšie nakupujú ľudia vo veku od 19 – 50 rokov so stredoškolským vzdelaním.

Tiež sme zistili, že pre našich respondentov je zárukou, že biopotravina spĺňa podmienky potrebné na takéto označenie, značka „BIO“, čo sa zhodovalo s prieskumom spoločnosti GfK.

Zaujímavé tiež boli výsledky v kategórii mužov z východného Slovenska vo veku 31 – 50 rokov, kde až 92,3 % uviedlo, že považuje ponuku biopotravín na Slovensku za slabú. Rovnaký názor prezentovalo až 100 % žien nad 50 rokov z východného Slovenska a k podobnému záveru sme dospeli aj u tej istej vekovej kategórie žien pochádzajúcich zo západného Slovenska. Ďalej je možné na základe získaných údajov konštatovať, že väčšinu

opýtaných zaujíma krajina pôvodu a cena biopotravín, pričom cena biopotravín na Slovensku sa im zdala primerane vyššia.

Rovnako aj Čekovská (2009) uvádza, že zloženie potravín sleduje pri nákupe čoraz viac slovenských konzumentov. Až 80 % ľudí na Slovensku súhlasí s názorom, že v každej potravine sa nachádzajú nejaké druhy farbív a konzervačných látok. Necelá polovica ľudí je presvedčená, že je nebezpečné, ak sú potraviny modifikované. Až pätina ľudí na Slovensku si tiež zvykne skontrolovať, či potravina obsahuje tzv. éčka. Pozitívne je, že až 15 % ľudí súhlasí s názorom, že si biopotraviny kupujú stále častejšie.

Z nášho prieskumu vyplynulo, že ceny biopotravín sú v každej predajni rôzne. Ceny konvenčných potravín boli oproti cenám biopotravín vo všetkých vybraných predajniach nižšie. Najvyššie ceny biopotravín mala špecializovaná predajňa DK Bioshop v obchodnom dome Max v Nitre iba s výnimkou kukuričného chlebíka a lekváru - lesná zmes, ktoré mali najvyššiu cenu v supermarkete Hypernova v sortimente biopotravín. Naopak najnižšia cena biopotravín bola práve v supermarkete Hypernova s výnimkou fazule bielej, šošovice a mrkvovej šťavy, ktoré boli najlacnejšie v predajni Planet food v obchodnom dome N – centro Nitra.

Tab. 1 Porovnanie cien biopotravín a konvenčných potravín

Názov výrobku	Hmotnosť	Cena v €			
		Planet Food	DK Bioshop	Supermarket Hypernova	Konvenčná potravina
Čaj s echinaceou	40 g	1,43	4,00	1,29	0,95
Špagety	500 g	2,61	4,30	2,29	0,89
Cestoviny tarhoňa	400 g	2,32	2,54	1,99	0,87
Slovenská ryža	400 g	2,32	2,54	1,99	0,87
Trstinový cukor	500 g	1,73	1,80	1,69	1,49
Múka pšeničná hladká	1 kg	1,64	1,60	0,99	0,42
Múka kukuričná hladká	450 g	1,24	1,80	1,09	0,50
Fazuľa biela	500 g	1,34	2,00	1,89	0,89
Fazuľa červená	500 g	1,29	2,00	1,26	0,79
Šošovica	500 g	1,29	3,90	2,49	0,69
Kečup	310 g	1,74	3,10	1,39	0,85
Chlebík kukuričný	100 g	0,60	1,00	1,29	0,69
Lekvár - lesná zmes	240 g	3,46	2,78	4,15	0,89
Mrkvová šťava	500 ml	2,18	3,00	2,69	1,54

Cena konvenčných potravín v porovnaní s biopotravinami bola pri nami vybraných druhoch potravín nižšia a vyššie ceny biopotravín boli v špecializovaných predajniach a lacnejšie biopotraviny sa dajú zakúpiť v supermarketoch. Ceny biopotravín prevyšovali ceny konvenčných potravín v niektorých prípadoch až štyrikrát, bežnejšie je ale dvojnásobne vyššia cena. Podľa viacerých autorov by vďaka zvyšujúcemu sa dopytu a vzniku nových i podpore starých ekofariem mohla cena biopotravín postupne klesať. Tak by si biopotraviny mohli nájsť cestu aj k ďalším skupinám obyvateľstva, pre ktorých je prijateľná cena veľmi dôležitá.

Úroveň spotreby potravín a kvalita výživy je podľa Kubicovej (2008) závislá od výroby potravín, ponuky na trhu, disponibilného príjmu obyvateľstva, cenových relácií, úrovne a štruktúry ponuky na domácom trhu. Okrem týchto objektívnych faktorov pôsobia i niektoré subjektívne, najmä spotrebné zvyklosti, nedostatočná znalosť správnej výživy a hospodárnosti v spotrebe potravín.

Z nášho prieskumu vyplynulo, že biopotraviny pozná v priemere 70 % obyvateľov SR, pričom niekedy ich nakupuje približne 34 % a málokedy biopotraviny nakupuje asi 17 % opýtaných.

Informovanosť o biopotravinách je o niečo vyššia v susednej Českej republike, kde ich pozná až 87 % ľudí. Tiež je tam aj o niečo vyššie percento ľudí, ktorí tieto výrobky nakupujú. Sporadicky a len niektoré kategórie nakupuje 28 % Čechov a pravidelne po nich siaha 5 % Čechov. V porovnaní s Poľskom sme na tom o niečo lepšie. Biopotraviny tam pozná 57 % ľudí, pričom ich príležitostne nakupuje 19 % Poliakov (**Čekovská, 2009**).

Sociálne - ekonomickým aspektom nákupného správania spotrebiteľov je tiež výška príjmov kupujúcich. Biopotraviny nakupujú viac spotrebiteľia strednej a vyššej úrovne príjmov (**O'Donovan a McCharthy, 2002**) a vyššieho vzdelania (**Aguirre, 2007**).

Aguirre (2007) sledoval štruktúru spotrebiteľov biopotravín aj podľa pohlavia. Vo svojom prieskume zistili, že ženy pravidelnejšie nakupujú biopotraviny, čo sa potvrdilo aj v našom prieskume. V rámci URL 3 sa tiež uvádza, že biopotraviny vyhľadávajú viac ženy a konkrétne ženy stredného veku.

Ureňa, et al. (2008) zistili, že muži sú viac ochotní platiť vyššie ceny za nákup biopotravín ako ženy, ale z nášho prieskumu práve vyplynulo, že ženy sú ochotnejšie priplatiť za biopotraviny vyššiu cenu.

ZÁVER

Situácia na trhu biopotravín sa z hľadiska dostupnosti biopotravín zlepšila. V súčasnosti je možné kúpiť biopotraviny nielen u výrobcov a v špecializovaných predajniach, ale aj v mnohých ďalších obchodoch. Ako vyplynulo z prieskumu všetky obchody s výnimkou jedného mali v ponuke biopotraviny. Niektoré obchody dokonca ponúkali vlastné značky biopotravín. Ponuka biopotravín bola odlišná a rozdiel bol hlavne v množstve sortimentu. Aj napriek tomu, že sa ponuka biopotravín neustále zväčšuje, ešte stále sa nevyrovnala ponuke konvenčných potravín.

Prieskumy trhu ukazujú, že ľudia častejšie nakupujú biopotraviny, pretože ich považujú za zdravšie ako konvenčné potraviny. Ukazuje sa, že veda nie je zatiaľ schopná poskytnúť odpoveď na otázku, či sú biopotraviny na základe jej kritérií skutočne zdravšie, hoci väčšina štúdií hovorí zatiaľ v ich prospech, čo sa týka kvality. Vedecké výskumy preukázateľne potvrdili, že určité biopotraviny majú viac živín (biozemiaky majú viac vitamínu C, biomlieko obsahuje viac omega-3-mastných kyselín), ale u niektorých je nutričná hodnota rovnaká, ako u konvenčných potravín. Z tohto faktu vyplýva, že ich zaradenie do zdravej výživy sa zakladá na iných skutočnostiach, ako je vedecká zhoda o ich skutočnom prínose.

Kvalitu produktov z ekologického poľnohospodárstva nemožno paušálne označovať vždy za lepšie a po všetkých stránkach, čo ani nie je hlavným cieľom ekologickej filozofie. Isté však je, že biopotraviny sú zdravšie vďaka tomu, že boli vyrobené bez vstupov rizikových látok a že obsahujú výrazne viac vlákniny, menej pridaných cukrov, tukov a aditív, čo má nesporne pozitívny vplyv na ich kvalitu, na ľudské zdravie aj na životné prostredie.

Trh s biopotravinami je závislý od záujmu spotrebiteľov o jeho produkty a na Slovensku sa rozvíja pomalšie ako trhy západných krajín. So zvyšujúcim záujmom spotrebiteľov o biopotraviny sa neustále zvyšuje ich ponuka. V súčasnosti uvádzajú výrobcovia biopotravín na trh vyše 200 druhov slovenských biopotravín. Najväčší podiel na Slovensku vyrobených biopotravín majú mlynské bioprodukty, ktoré si už niekoľko rokov udržiavajú prvé miesto v množstve vyprodukovaných aj predaných biopotravín, zo živočíšnych ekologických produktov je to predovšetkým hovädzie mäso.

V poslednom čase sa neustále zvyšuje povedomie slovenských spotrebiteľov, ktorí majú stále väčší záujem o zdravé potraviny a dávajú im prednosť pred konvenčnými potravinami, ale existujú aj ľudia, ktorí sa ešte s biopotravinami na slovenskom trhu nestretli.

LITERATÚRA

- AGUIRRE, J. A. 2007. The farmer's market organic consumer of Costa Rica. In *British Food Journal*. roč. 109, č. 2, s. 145–154.
- BARTÁK, R. J., DOUBRAVSKÁ, M. 2005. Vše o biopotravinách. Dostupné na internete: <http://www.spolecnostprozvirata.cz/?pg=prerad&logo=05>
- CICIA, G., DEL GIUDICE, T., RAMUNNO, I. 2009. Environmental and health components in consumer behavior perception of organic food: estimation of willingness to pay. In *Journal of Food Products Marketing*. roč. 15, č. 3, s. 324–336.
- ČEKOVSKÁ, D. 2009. *Trh s biopotravinami sa na Slovensku rozmáha*. [cit. 2013-03-31]. Dostupné na internete: <http://www.gfk.sk/public_relations/press/press_articles/003762/index.sk.html>.
- ČERVENKA, J., KOVÁŘOVÁ, K. 2005. Biopotraviny. Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta. Praha 111 s.
- O'DONOVAN, P., MC CARTHY, M. 2002. Irish consumer preference for organic meat. In *British Food Journal*. roč. 104, č. 2-4, s. 353–370.
- KOMPRDA, T. 2009. Srovnání jakosti a zdravotní nezávadností biopotravin a konvenčních biopotravin. In *Chemické Listy* roč. 103, 2009, s. 729 – 732.
- KUBICOVÁ, E. 2008. Vývoj spotrebiteľského dopytu po potravinách. Nitra: SPU, 2008. 85 s. ISBN 978-80-552-0092-7
- LACKO-BARTOŠOVÁ, M. 2005. *Udržateľné a ekologické poľnohospodárstvo*. Nitra: SPU, . 277 s..
- UREÑA, F., BERNABEU, R., OLMEDO, M. 2008. Women, men and organic food: differences in attitudes and willingness to pay. A Spanish case study. In *International Journal of Consumer Studies*. roč. 32, č. 1, s. 18–26.
- URBAN, J., ŠARAPATKA, B. 2003. *Ekologické zemědělství, učebnice pro školy i praxi 1.díl*. Prvé vydanie. Praha: Ministerstvo životního prostředí, 280 s. ISBN 80 – 7212 -274 - 6.
- URL 1. Otevřená encyklopedie wikipedie. [online]. B.m.: *Ekologické zemědělství*. [cit. 2013-03-10]. Dostupné na internete: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Bioproduct>>.
- URL 2. *Biopotraviny*. 2009 [online]. B. m.: Biopotraviny a bioprodukty, co vlastně jsou?, [cit. 2013-02-11]. Dostupné na: <<http://www.bio-potraviny.cz/>>.
- URL 3. *Trh s biopotravinami sa na Slovensku rozmáha*. [cit. 2013-03-31]. Dostupné na internete: http://www.gfk.sk/public_relations/press/press_articles/003762/index.sk.html.

Kontaktná adresa: Ing. Alica Bobková, PhD., Katedra hygieny a bezpečnosti potravín, FBP, SPU v Nitre, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra. E – mail: alica.bobkova@uniag.sk