

Ústav zemědělské ekonomiky a informací

PODKLADOVÉ ANALÝZY PRO PŘÍPRAVU SZP V PROGRAMOVÉM OBDOBÍ 2021+

**Specifický cíl C: Zlepšovat postavení zemědělců v hodnotovém řetězci.**

Praha, 27. 11. 2018

# Seznam použitých zkratek

|  |  |
| --- | --- |
| CPV | Cena průmyslových výrobců |
| CZV | Cena zemědělských výrobců |
| ČBS | Český bramborářský svaz |
| HHI | Herfindahl-Hirshmanův index |
| KDŘ | Krátké dodavatelské řetězce |
| SC | Spotřebitelská cena |
| TC AV ČR | Technologické centrum Akademie věd České republiky |
| ZUČM | Zelinářská unie Čech a Moravy |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Obsah

[Seznam použitých zkratek 2](#_Toc525760678)

[1. Stanovení skutečného problému, na který má politika reagovat Co je skutečným problémem, na který má/by měla politika v rámci jednotlivých dílčích cílů reagovat? 4](#_Toc525760679)

[2. Mechanismus a příčiny problému 17](#_Toc525760680)

[3. Závažnost problému 19](#_Toc525760681)

[4. SWOT analýza a potřeby 20](#_Toc525760682)

[4.1. SWOT ANALÝZA 20](#_Toc525760683)

[4.2. Přehled potřeb 20](#_Toc525760684)

[4.3. Zdůvodnění potřeb 21](#_Toc525760685)

[4.4. Priority definovaných potřeb 21](#_Toc525760686)

[5. Přehled navrhovaných opatření 22](#_Toc525760687)

# Stanovení skutečného problému, na který má politika reagovat Co je skutečným problémem, na který má/by měla politika v rámci jednotlivých dílčích cílů reagovat?

**U výrobců, kteří se aktivně nezapojují do odbytu svých výrobků, ať kapitálově či organizačně, rozhodují o úspěšné realizaci jejich produkce u konečného článku vertikály (spotřebitele) subjekty navazujících sektorů. Zemědělští výrobci se pak stávají příjemcem ceny a dalších podmínek prodeje s omezenou možností tlumit tržní selhání a jejich negativní dopady do ekonomiky zemědělských podniků**. Společnost pak saturuje případné nepříznivé ekonomické výsledky různými typy podpor včetně důchodových, které neřeší podstatu problému.

Problém je souhrnně identifikován v návrhu textu směrnice Evropského parlamentu a Rady o nekalých obchodních praktikách. „Počet a velikost subjektů se v různých fázích zemědělského a potravinového řetězce liší. Rozdíly ve vyjednávací síle souvisejí s různými úrovněmi koncentrace subjektů a mohou umožňovat nespravedlivé uplatňování vyjednávací síly pomocí nekalých obchodních praktik. Nekalé obchodní praktiky jsou mimořádně škodlivé pro malé a střední subjekty v zemědělském a potravinovém řetězci. Zemědělští výrobci, kteří dodávají prvotní zemědělské produkty, jsou často malé nebo střední podniky“[[1]](#footnote-2).

Funkční a spravedlivá organizace trhů patří mezi hlavní cíle Strategie pro růst Ministerstva zemědělství České republiky do roku 2030 (dále jen Strategie). Podle dokumentu trh zemědělských komodit výrazně ovlivňují vztahy ke zpracovatelským podnikům, a to zejména k prvním zpracovatelům. Jejich produktivita je ve srovnání s vyspělejšími zeměmi EU podstatně nižší a přenáší se často do nižších CZV nakupované suroviny. Zemědělci v těchto podmínkách hledají jiné cesty odbytu své produkce, včetně vývozu suroviny, formování jiných segmentů trhu („krátkých řetězců“) či vertikál v nově se rozvíjejících podnicích holdingového typu. Na straně zemědělců je však relativně malá rozvinutost odbytových organizací prvovýrobců s výjimkou několika dobře fungujících (MZe, 2016).

Problém zlepšení pozice zemědělců v hodnotovém řetězci lze strukturovat do několika okruhů, které jsou propojeny a vzájemně se ovlivňují.

1. **Dominantní vliv obchodních řetězců z pozice maloobchodního odběratele a s tím související tržní nedokonalosti (asymetrická cenová transmise, diktát odběratelských podmínek).**
2. **Nízká míra sdružování zemědělských výrobců při odbytu navazujícím článkům.**
3. **Absence diferenciace produktů prostřednictvím vertikálních režimů kvality zapojujících prvovýrobce k prosazení výrobků ve spotřebitelských preferencích.**
4. **Dominantní vliv obchodních řetězců z pozice maloobchodního odběratele a s tím související tržní nedokonalosti (asymetrická cenová transmise, diktát odběratelských podmínek).**

Maloobchod je silně koncentrován a podmínky odběru převažující části zemědělských a potravinářských produktů na úrovni maloobchodu jsou podle informací dodavatelů ve většině případů určovány z pozice síly.

* Na úrovni maloobchodu dominuje v ČR pouze několik skupin obchodních řetězců. Maloobchodní trh ČR se vyznačuje vysokou koncentrací, která se přibližuje situaci v západoevropských zemích. Na úrovni maloobchodu dominuje v ČR pouze několik skupin obchodních řetězců. V roce 2017 dosáhl tržní podíl moderního trhu celkem reprezentovaný 8 největšími obchodními řetězci (Kaufland, Lidl, Ahold, Tesco, Makro, Penny Market, Billa a Globus) 70,6 % (GFK Czech, 2017), což představuje vzhledem k vývoji před 5 lety nárůst o 3,3 p. b. Vůči obchodním řetězcům neexistuje adekvátní vyjednávací síla.
* Vůči vysoké koncentraci maloobchodu neexistuje adekvátní vyjednávací síla. Jak potvrzuje Strategie (MZe, 2015), významné rozdíly ve vyjednávací síle mezi smluvními stranami v rámci potravinového řetězce mohou vyústit do zneužívání ekonomické síly a do uplatňování nekalých obchodních praktik, s dopady zejména na dodavatelské články řetězce.
* Byla identifikována asymetrická cenová transmise.

Podle výsledků výzkumu společnosti GfK Czech[[2]](#footnote-3) byly v roce 2017 velkoformátové prodejny obchodních řetězců (hypermarket, supermarket, diskont) hlavním nákupním místem potravin v závislosti na sortimentu pro 70 až 90 % spotřebitelů (masa pro 72 %, uzenin pro 85 %, sýrů pro 87 %, pečiva pro 78 % a ovoce a zeleniny pro 90 % spotřebitelů. Podíly se za uplynulých pět let zvýšily u jednotlivých sortimentních skupin o 3 až 5 p. b. Obchodní řetězce ke zvýšení svých prodejů používají cílený marketing, ale motivace spotřebitelů k nákupu v obchodních řetězcích může být způsobena i dalšími vlivy. Lze se domnívat, že se jedná např. o šíři sortimentu, ceny, doplňkové služby apod.

1. % podíl z těch, kteří danou potravinu nakupují.
2. Pramen: Zpracováno ÚZEI z dat GfK Czech
3. % podíl z těch, kteří danou potravinu nakupují.
4. Pramen: Zpracováno ÚZEI z dat GfK Czech
5. % podíl z těch, kteří danou potravinu nakupují.
6. Pramen: Zpracováno ÚZEI z dat GfK Czech
7. % podíl z těch, kteří danou potravinu nakupují.
8. Pramen: Zpracováno ÚZEI z dat GfK Czech
9. % podíl z těch, kteří danou potravinu nakupují.
10. Pramen: Zpracováno ÚZEI z dat GfK Czech

Tržní selhání v transmisi cen byla měřena ve vertikále výroby a prodeje mléka a mlékárenských výrobků (Bošková a kol., 2017), vepřového masa a drůbežího masa (Rudinskaya, 2017)[[3]](#footnote-4). Výsledky cenových transmisí naznačují, že rozložení sil ve vertikále není rovnoměrné.

Výzkum v odvětví mléka prokázal, že **reakce ceny v navazujícím článku vertikály na cenu předchozího článku je větší v případě cenového růstu než v případě cenového poklesu**. To znamená, že pokud odběratelům vzroste nákupní cena, zvyšují svou prodejní cenu více, než ji snižují v případě poklesu dodavatelské ceny. Dalším zjištěním analýzy cenových transmisí v odvětví mléka je zjištění, že **přenos CZV na CPV je neelastický**. To je v souladu s běžnou praxí, kdy CZV v podstatě určují odběratelé (zpětně po vyhodnocení úspěšnosti prodeje). O cenovém vyjednávání lze hovořit zřejmě jen v případě prodeje přes silné odbytové organizace.

**Vývoj cen mléka kravského I a Q tř.j., Kč/ tis.l (CZV), mléka polotučného, Kč/l (CPV), mléka polotučného pasterovaného, Kč/l (SC)**

Pramen: ÚZEI dle dat ČSÚ

V případě vepřového masa a výrobků z vepřového masa výzkum prokázal, že v případě růstu ceny je reakce ve většině případů výraznější. Asymetrie cenového přenosu byla identifikována i pomocí odhadu modelu korekce chyby (VEC model), ve kterém složka korekce chyby ukázala na **neidentickou rychlost návratu** k rovnovážnému stavu v **případě rostoucích či klesajících cen**. Obchodníci a zpracovatelský průmysl reagují na zvýšení ceny rychleji a s větším rozsahem (SC a CPV se změní o více jednotek), než na snížení ceny. Analýza elasticit cenových transmisí naznačuje, že v případě vepřového masa (vepřové kýty) přenos cen probíhá v **nabídkovém směru** (od obchodníka k zemědělci a od zpracovatele k zemědělci). V tomto případě úroveň tržní ceny neurčují zemědělci, ale obchodníci a zpracovatelé.

U drůbežího masa se analýza prováděla na časové řadě CZV kuřat jatečných, CPV a SC kuřat kuchaných. Určitým omezením bylo to, že nebylo možné provést analýzu na výrobcích s vyšší přidanou hodnotou z důvodu absence cen těchto výrobků. I v případě drůbeže a drůbežího masa reakce CPV na kladnou změnu CZV a reakce SC na kladnou změnu CPV (zvýšení ceny) je výraznější než reakce na zápornou změnu (snížení ceny).

**Vývoj cen prasat jatečných tř.j. SEU v JUT, Kč/t (CZV), vepřové kýty, Kč/kg (CPV), vepřové kýty, Kč/kg (SC)**

Pramen: ÚZEI dle dat ČSÚ

**Vývoj cen kuřat jatečných, Kč/t (CZV), kuřat kuchaných, Kč/kg (CPV), kuřat kuchaných, Kč/kg (SC)**

Pramen: ÚZEI dle dat ČSÚ

**Alternativní formy prodeje** prostřednictvím **malo-formátových prodejen a jiných míst** uvádí dle GfK (2017) ustoupily obchodním řetězcům; jako hlavní nákupní místo 10 % až 30 % spotřebitelů.

Prodej formou **krátkých dodavatelských řetězců (KDŘ)** je vhodný pro malé a střední podniky[[4]](#footnote-5). Segment KDŘ není datově podchycen tak, aby bylo možné konstatovat, do jaké míry se podílí na prodeji potravin v ČR a zda dochází k jeho rozvoji. Dílčí informace lze vyvodit z různých zdrojů.

1. Dle databáze ČSÚ a MPO se **malé a střední podniky** v oboru NACE 10 (zpracování potravin) podílely na celkovém obratu odvětví NACE 10 v roce 2010 celkem 58,4 % a v roce 2017 celkem 57,4 %. Pro splnění podmínky KDŘ by však prodej spotřebitelům musel probíhat již přímo ze zpracovatelského podniku. To lze v případě středních podniků předpokládat ve velmi omezeném rozsahu a v případě malých podniků nelze odhadovat.

**Obrat v odvětví NACE 10 zpracování potravin**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **% 17/10** |
| Čistý obrat za účetní období (tis. Kč) | celkem | mil. Kč |  297  |  306  |  319  |  317  |  316  |  315  |  302  |  316  | 106,6 |
| malé podniky | mil. Kč |  54  |  52  |  51  |  61  |  55  |  52  |  53  |  51  | 94,6 |
| střední podniky | mil. Kč |  120  |  130  |  130  |  139  |  141  |  136  |  123  |  130  | 109,1 |
| MSP | mil. Kč |  173  |  182  |  181  |  200  |  197  |  188  |  177  |  181  | 104,6 |
| Podíl na obratu odvětví | malé podniky | % | 18,1 | 17,0 | 16,0 | 19,3 | 17,5 | 16,5 | 17,6 | 16,1 | 88,8 |
| střední podniky | % | 40,3 | 42,4 | 40,8 | 43,8 | 44,6 | 43,1 | 40,8 | 41,3 | 102,4 |
| MSP | % | 58,4 | 59,4 | 56,9 | 63,1 | 62,1 | 59,7 | 58,4 | 57,4 | 98,2 |

Pramen: MPO

Prodej nezpracovaných produktů přímo ze zemědělského podniku, zmíněná databáze nepodchycuje.

1. Výzkum ÚZEI a TC AV ČR*[[5]](#footnote-6)* (Bošková, Ratinger, 2018) byl zaměřen na držitele Regionální značky udělované Asociací regionálních značek (ARZ) s dotazy mimo jiné směrovanými na spolupráci při prodeji regionálních výrobků. Osloveno bylo všech 430 držitelů značky pro potraviny. Z více než třetiny (160) navrácených odpovědí je zřejmé, že všichni respondenti se vejdou do kategorie malých a středních podniků a 83 % dokonce do kategorie mikropodniků (u 42 % respondentů se na výrobě podílí jen jedna až dvě osoby a u dalších 41 % respondentů maximálně deset osob). **Prodej formou KDŘ je u držitelů značky ARZ (většinou mikropodniky) velmi obvyklý**; 86 % respondentů prodává ve vlastní provozovně, 40 % ve specializované cizí prodejně, 49 % na farmářských trzích a 26 % přes internet s vlastním závozem. Do řetězců dodává jen 10,6 % respondentů*[[6]](#footnote-7)*.

**Formáty prodeje výrobců s regionální značkou ARZ (n = 160)**

Pramen: Výzkum ÚZEI a Technologického centra AV ČR

1. **Spolupráce při prodeji formou KDŘ** je podle citovaného výzkumu ÚZEI a TC omezená, ale existuje. V uvedeném souboru využívá celkem 36 % respondentů prodejnu jiného regionálního výrobce, 10 % spolupracuje různými formami (nákupem surovin, společnou účastí na akcích, společnými výrobky, marketingem apod.) a necelá 4 % spolupracují v dopravě. Téměř dvě třetiny (62 %) respondentů však nespolupracují při výrobě a prodeji svých výrobků s nikým.
2. Dílčím poznatkem rovněž je **čerpání podpor z PRV na spolupráci účastníků KDŘ.** Podle střednědobého hodnocení 2017: Programu rozvoje venkova na období 2014 – 2020 (MZe, 2017, a) byl u operace 16.4.1 Horizontální a vertikální spolupráce mezi účastníky krátkých dodavatelských řetězců a místních trhů prozatím dosud předložen pouze 1 projekt. Nečerpání podpor však neznamená neexistenci spolupráce.
3. Dílčím poznatkem je rovněž rozvoj **počtu schálených farmářských tržišť**. Zhruba od roku 2015 se růst počtu tržišť zpomalil a v roce 2017 výrazně klesl.

**Počet schválených farmářských tržišť\*)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rok** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** |
| Počet | 232 | 302 | 254 | 285 | 292 | 300 | 217 |

Pozn.: Údaj o počtu tržišť, kde vykonávala dozor SVS ČR s výjimkou roku 2017 kdy zdrojem je SZPI. Údaje o počtu tržišť od SZPI jsou velmi podobné.

Pramen: Státní veterinární správa

1. Dalším dílčím poznatkem je **přímý prodej ze zemědělského podniku**. V odvětví mléka jsou podíly velmi nízké. V roce 2014 činil podíl přímého prodeje ze zemědělského podniku na množství mléka dodaného ke zpracování jen 0,41 % a do roku 2017 se zvýšil jen na 0,52 %. Dle databáze SVS ČR je k 16. 7. 2018 registrováno 197 výrob pro přímý prodej mléčných výrobků, k tomuto datu byla SVS schválena registrace pro 178 mléčných automatů a 6 automatů na mléčné výrobky. Schválení a registraci pro přímý prodej mléka ze dvora má od SVS celkem 576 subjektů. To je ve vztahu k celkově evidovanému počtu 48 tis. zemědělských subjektů v roce 2017 (strukturální zemědělská statistika ČSÚ) zanedbatelný podíl.
2. **Organizace prvovýrobců a odbytová sdružení, které by zvyšovaly tržní sílu zemědělců vůči zpracovatelskému sektoru, jsou ve většině odvětví formální nebo nefungují vůbec.**

**Organizace prvovýrobců a odbytová sdružení**, které by zvyšovaly tržní sílu zemědělců vůči zpracovatelskému sektoru, jsou **v podstatě jen v sektoru ovoce a zeleniny a mléka**.

Sdružování v prvovýrobě však nemůže zachránit úspěšnost řetězce, pokud se v něm nachází další neefektivní článek. Nízká výkonnost domácího zpracovatelského průmyslu a současně nízká kupní síla spotřebitelů ve vztahu k výrobkům s vysokou přidanou hodnotou (a odpovídající cenou) je mnohdy řešena vývozy zemědělských produktů do zahraničí (zejména mléka a zástavového skotu, ale i živých prasat a živé drůbeže). **Pozici domácích zemědělských výrobců v hodnotovém řetězci tak zlepšuje zahraniční zpracovatelský průmysl s nabídkou vyšších CZV a poptávka ze zahraničí jim dodává tržní sílu** proti domácímu zpracovatelskému průmyslu.

**Koncentrace výroby a prodeje** ve vybraných odvětvích[[7]](#footnote-8).

Hodnoty koncentrace jsou důležitým, nikoliv výhradním ukazatelem tržní síly.

**Mléko**

Koncentrace prodeje mléka se vlivem několika málo uznaných organizací výrobců téměř vyrovnala koncentraci zpracovatelů. Přesto je koncentrace v prvovýrobě, prodeji i zpracování na nízkém stupni. Hodnoty HHI[[8]](#footnote-9) ukazují, že až po zpracování se na trhu nevyskytuje subjekt s výraznou převahou. Na trhu tedy neexistuje vyvažující síla vůči maloobchodu.

Vývoj koncentrace výroby a zpracování mléka podle Herfindahl-Hirschmanova indexu (HHI)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | HHI | Počet subjektů (n) | Objem mléka (tis. t) |
|   | 2011 | 2016 | 2011 | 2016 | 2011 | 2016 |
| Koncentrace prvovýroby | 15 | 17 | 2 320 | 1 794 | 2 735,6 | 3 064,9 |
| Koncentrace prodeje mléka | 469 | 517 | 77 | 70  | 2 623,7  | 2 963,1  |
| Koncentrace zpracování mléka | 624 | 613 |  38 | 42  | 2 366,2  | 2 525,0  |

Pramen: vlastní výpočty na základě dat SZIF

V organizaci prodeje syrového mléka bylo v roce 2017 ze 75 registrovaných prvních kupujících celkem 29 odbytových družstev, jejichž prostřednictvím bylo prodáno 58 % mléka dodaného k dalšímu zpracování. Část odbytových družstev jsou současně uznanými organizacemi producentů. V souladu s nařízením EP a Rady (EU) č. 261/2012 ze dne 14. března 2012 působilo v roce 2017 v ČR 19 uznaných organizací producentů mléka. Prostřednictvím uznaných organizací producentů bylo prodáno 64 % množství dodaného k dalšímu zpracování. Největší objem prodeje zprostředkovala tři družstva[[9]](#footnote-10) v celkové výši 37,1 % objemu ke zpracování. Prodej zbylého množství (26,8 % objemu) byl zprostředkován 26 odbytovými družstvy (MZe, 2018, b). Z dat SZIF je zřejmé, že jejich podíly se pohybovaly okolo 6,6 % u čtvrtého největšího družstva a od 2,7 % až k podílům blížícím se nule u ostatních. Vliv malých odbytových organizací na vyrovnání tržní síly na trhu s mlékem je velmi diskutabilní.

Společná organizace trhu však umožňuje výrazně vyšší koncentraci prodeje, než reálně fungovala na trhu v roce 2017 a v předchozích letech, a to prodej až 33 % národní výroby jedním sdružením výrobců. Byl proveden teoretický výpočet, který simuloval navýšení prodávaného množství největší uznané organizace výrobců na maximální povolené množství mléka na úkor neorganizovaných zemědělských výrobců. Taková organizace prodeje by znamenala hodnotu HHI 1 585, což je střední stupeň koncentrace. **Simulovaná HHI prodeje mléka (1 585) by tak byla již značně silnou protiváhou k reálné hodnotě HHI zpracovatelů (613).**

**Zelenina**

Struktura zelinářských podniků se během let mění. V posledních letech dochází ke koncentraci produkce zeleniny u větších výrobců a k ukončení pěstování menších producentů, kteří nejsou napojeni na mezinárodní maloobchodní řetězce. Větší pěstitelé jsou většinou specializováni na produkci určitých druhů zeleniny. Mají nakoupené speciální vybavení a vybudovány modernější skladovací prostory. Menší zelináři se specializují spíše na prodej ze dvora a farmářské trhy. V České republice také hraje velkou roli samozásobení. Podle odhadů ZUČM bylo v roce 2017 cca 13,5 % z celkové produkce vypěstované zeleniny u nás určeno pro vlastní spotřebu. K 16. 5. 2018 bylo registrováno celkem 23 uznaných organizací producentů. Podíl produkce obchodované organizacemi producentů dosahoval v roce 2016 a 2017 téměř 40 %.

**Vývoj počtu pěstitelů tržní zeleniny v ČR**

|  |  |
| --- | --- |
| **ha** | **Počet pěstitelů** |
| **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** |
| **100,1 - a více** | 23 | 22 | 23 | 19 | 20 | 21 | 21 | 29 |
| **50,1 - 100** | 22 | 23 | 22 | 20 | 21 | 20 | 20 | 17 |
| **30,1 - 50** | 36 | 35 | 36 | 21 | 19 | 19 | 21 | 24 |
| **20,1 - 30** | 17 | 18 | 19 | 23 | 24 | 23 | 23 | 15 |
| **10,1 - 20** | 34 | 33 | 33 | 44 | 46 | 45 | 43 | 48 |
| **5,1 - 10** | 46 | 43 | 43 | 45 | 42 | 43 | 57 | 55 |
| **1-5** | 79 | 77 | 74 | 77 | 75 | 75 | 143 | 134 |
| **ostatní** | 220 | 211 | 216 | 220 | 219 | 217 | 170 | 180 |
| **CELKEM** | 477 | 462 | 466 | 469 | 466 | 463 | 498 | 502 |

Pramen: ZUČM

Vývoj produkce uvedené organizacemi producentů a celkové produkce ČR – ovoce a zelenina

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ukazatel | MJ | průměr 2009-2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Produkce uvedená na trh OP | tis. t | 131,40 | 143,43 | 146,21 | 212,59 | 216,22 | 243,65 | 246,87 |
| Produkce ČR | tis. t | 579,70 | 532,90 | 551,10 | 619,20 | 648,30 | 617,50 | 630,20 |
| Podíl produkce členů OP/ČR | % | 22,7 | 26,9 | 26,5 | 34,3 | 33,4 | 39,5 | 39,2 |

Pramen: výpočty ÚZEI dle SZIF

**Chov skotu - hovězí maso**

Přestože největší počty zvířat z celkového počtu chovaného skotu v ČR jsou evidovány v podnicích s chovy čítajícími více než 1 000 ks (tj. více než 45 % zvířat), HHI ukazuje, že koncentrace chovu skotu je velmi nízká. Koncentrace zpracovatelských podniků s porážkou skotu byla v roce 2010 velmi nízká. Do roku 2015 se hodnota HH indexu sice mírně zvýšila, ale stále se nacházela hluboko pod hranicí 1000. To znamená, že dosud není v ČR žádný subjekt s výraznou převahou počtu poráženého skotu, a ani v odvětví hovězího masa neexistuje vyvažující síla vůči maloobchodu. Nízké hodnoty HHI u zpracovatelů odrážejí „neusazenou“ tržní pozici potravinářů. Nejsou velcí ani malí, velké maloobchodní řetězce mají nad nimi vyjednávací převahu a na jiné/malé tržní kanály rychleji nereagují. Malé tržní kanály jsou často rychleji obsazovány KDŘ.

**Vývoj koncentrace chovu skotu a jatek, počet poraženého skotu podle indexu HHI**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ukazatel | HHIindex v % 1) | Počet subjektů (chovů resp. jatek) (n) | Počet chovaných resp. poražených zvířat v ks |
| 2010 | 2016 | 2010 | 2016 | 2010 | 2016 |
| Koncentrace chovu | 6,5 | 6,0 | 17 204 | 18 564 | 1 517 198 | 1 655 567 |
| Porážka jatečného skotu | 363 | 455 | 191 | 184 | 277 987 | 260 551 |

1. Pomocný výpočet na základě velikostních skupin.

*Pramen: výpočet ÚZEI podle dat ČSÚ – porážky hospodářských zvířat,*

**Struktura podniků s chovem skotu celkem v ČR v roce 2016 (údaje k 31.12.)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Chovatel** | **Počet chovatelů** | **Stavy skotu celkem****za skupinu ks** | **Počet skotu na podnik v ks** | **Podíl skotu na chovatele z celkového počtu** **v %** | **Podíl chovatelů z celkového počtu** **v %** |
| 1 - 10 ks | 10 291 | 37 359 | 4 | 2,3 | 55,4 |
| 11 - 50 ks | 4 596 | 111 050 | 24 | 6,7 | 24,8 |
| 51 - 200 ks | 2 105 | 204 593 | 97 | 12,4 | 11,3 |
| 201 - 500 ks | 694 | 226 094 | 326 | 13,7 | 3,7 |
| 501 – 1 000 ks | 447 | 320 377 | 717 | 19,4 | 2,4 |
| Nad 1 000 ks | 431 | 756 094 | 1 754 | 45,7 | 2,3 |
| **Celkem** | **18 564** | **1 655 567** | **89** | **100,0** | **100,0** |

Pramen: MZe, IRZ, podíly - výpočet ÚZEI

**Ostatní odvětví**

Mimo odvětví mléka a ovoce a zeleniny jsou v ČR registrována již jen čtyři organizace producentů, které fungují v odvětví vajec (Zlatá vejce, a.s.), vepřového masa (Agropork, a.s.), hovězího a telecího masa (Viamilk, a.s. – též pro odvětví mléka), a v odvětví olejnin - máku (Odbytové a hospodářské družstvo Kolín).

**Chov prasat – vepřové maso**

HHI ukazuje, že koncentrace chovu prasat je rovněž velmi nízká, mezi roky 2010 a 2016 ukazuje progresi, ale z hlediska HHI je posun v koncentraci zanedbatelný. Koncentrace zpracovatelských podniků s porážkou prasat byla v roce 2010 velmi nízká. Do roku 2015 se hodnota HH indexu sice zvýšila, ale stále se nacházela hluboko pod hranicí 1000. Ani v sektoru vepřového masa není v ČR žádný subjekt s výraznou převahou.

**Vývoj koncentrace chovu prasat a jatek, počet poražených prasat podle indexu HHI**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ukazatel | HHIindex v % | Počet subjektů (chovů resp. jatek (n) | Počet chovaných resp. poražených zvířat v ks |
| 2010 | 2016 | 2010 | 2016 | 2010 | 2016 |
| Koncentrace chovu | 54 | 97 | 2 962 | 2 597 | 1 987 638 | 1 557 793 |
| Porážka jatečných prasat | 326 | 524 | 196 | 179 | 3 187 787 | 2 545 569 |

*Pramen: Vvýpočet úzei podle dat ČSÚ – porážky hospodářských zvířat,*

**Struktura podniků s chovem prasat celkem v ČR v roce 2016 (údaje k 31.12.)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | Počet podniků | Počet prasat celkemv ks  | Prům. počet prasat na podnik v ks | Podíl prasat na podnik z celk. počtu chovanýchv % | Podíl podniků z celkového počtu v % |
|
| 1 - 100 ks | 2 067 | 35 834 | 17 | 2,3 | 79,6 |
| 101 - 500 ks | 243 | 57 869 | 238 | 3,7 | 9,4 |
| 501 - 2 000 ks | 138 | 146 511 | 1 062 | 9,4 | 5,3 |
| 2001 - 10 000 ks | 118 | 509 762 | 4 320 | 32,7 | 4,5 |
| Nad 10 000 ks | 31 | 807 817 | 26 059 | 51,9 | 1,2 |
| Celkem | 2 597 | 1 557 793 | 600 | 100,0 | 100,0 |

***Pramen: MZe, IRZ, podíly - výpočet ÚZEI***

V ČR je chov prasat soustředěný převážně do větších podniků, neboť 52 % produkce zajišťují necelé 2 % chovatelů s průměrným počtem zvířat v podniku převyšujícím 26 tis. ks. Během let 2010 až 2016 se počet velmi velkých chovatelů sice výrazně snížil, ale u této kategorie k dalšímu růstu počtu chovaných prasat. Chovatelé s vysokou koncentrací prasat v podniku pak mohou mít lepší vyjednávací pozici na trhu vůči odběratelům, neboť jsou schopni jim zajistit během roku stálý přísun suroviny. Jedná se většinou o vysoce specializované podniky s moderními technologiemi a vysokou normou obsluhy. Počet velmi malých chovatelů s počtem zvířat do 100 ks se v hodnoceném období příliš neměnil. Pro tyto producenty však není produkce vepřového masa zpravidla hlavním zdrojem příjmů. Odběrateli jsou v tomto případě často lokální zpracovatelé nebo se i sami chovatelé v rámci diverzifikace činnosti zabývají vlastním zpracováním masa a výrobou masných a uzenářských výrobků. Jatečná zvířata si však většinou nechávají porážet na jatkách.

V ČR se nacházejí jatky porážející skot i prasata prakticky v každém kraji, to znamená, že se jatečný skot i prasata zpravidla nepřevážejí za účelem porážky na velké vzdálenosti.

1. **Absence diferenciace produktů prostřednictvím vertikálních režimů kvality zapojujících prvovýrobce k prosazení výrobků ve spotřebitelských preferencích.**

Podle teorie informační asymetrie, v obecném pojetí vědí výrobci o kvalitě výrobku mnohem více než kupující (Luhmann 1979, Darby and Karni 1973). Zahraniční výzkumy (Teuber 2011; Meyer et al. 2012, aj.) potvrzují, že řada faktorů (např. růst vzdálenosti mezi místem výroby a spotřeby, mizející kontakt mezi výrobcem a spotřebitelem, složitost výrobních technologií aj.) evokují **rostoucí zájem spotřebitelů o složení potravin, výrobní postupy, původ potravin a záruky kvality.** Rovněž v ČR existuje segment spotřebitelů, který o tyto charakteristiky projevuje zájem. **V rámci ČR však není podchyceno, jak velký tento segment je, zda má progresi, případně jak velkou.**

Výzkum ÚZEI (Bošková a kol., 2017[[10]](#footnote-11)) ukázal mimo jiné, že **spotřebitelé deklarují** následující postoje:

* více než polovina dotázaných spotřebitelů tvrdí, že má zájem o potraviny s nadstandardní kvalitou převyšující zákonem stanovené normy,
* téměř polovina dotázaných tvrdí, že se zajímá, za jakých podmínek pro zvířata byly potraviny vyrobeny,
* tři čtvrtiny dotázaných tvrdí, že sledují zemi původu
* více než tři čtvrtiny respondentů tvrdí, že by daly přednost českému máslu před německým, francouzským a polským.

Proto je žádoucí, aby spotřebitelé dostali takové informace, které by jim umožnily provést „informovaný výběr potravin“, posílily důvěru v kvalitu surovin a jejich zpracování a tím by se omezila tržní selhání vlivem informační asymetrie.

**V ČR však chybí systémové a na převážně soukromých iniciativách založené programy kvality vedené od prvovýrobce po maloobchod, které by podpořily specifické kvalitativní charakteristiky produktu a spotřebitele na tyto kvality upozornily, jak je tomu v zahraničí.** Např. rakouský systém kvality AMA Gütesiegel (Pečeť kvality AMA)*[[11]](#footnote-12)* nebo německý systém kvality QS. Ihr Prüfsystem für Lebensmittel (QS. Systém kvality potravin.)*[[12]](#footnote-13)* je založen na dodržování předepsaných postupů, které začínají na zemědělské úrovni a přes zpracování a dopravu končí v maloobchodu. Postupy a normy jsou transparentní a dostupné spotřebitelům, a jejich dodržování je ověřováno několikastupňovou kontrolou.

V ČR se podařilo dostat do povědomí spotřebitelů několik málo značek kvality (**Klasa, Regionální potravina (RP), Bio potravina**). Klasa ani Regionální potravina však nejsou plnohodnotným řešením.

# Mechanismus a příčiny problému

1. **Dominantní vliv obchodních řetězců na úrovni maloobchodního odběratele.**
* Liberální prostředí devadesátých let umožnilo rychlý vstup maloobchodních řetězců na domácí trh bez omezujících podmínek.
* Ekonomické prostředí vedlo k ústupu tradičních malo-formátových prodejen.
* Na trhu potravin je nedokonalá konkurence a dochází k nerovnováze pod vlivem využití oligopolní nebo monopolní moci.
* Nedostatečná legislativní úprava umožňuje zneužívání tržní síly.
* Nákupní zvyklosti spotřebitelů.
1. **Nízká míra sdružování výrobců při odbytu.**
* Absence vůdců.
* Absence předem nastavených interních pravidel organizací.
* Obavy ze ztráty individuálního rozhodování.
* Specifická velikostní struktura zemědělských podniků v ČR. Velké zemědělské podniky mají zřejmě nižší pocit potřeby spolupráce.

Příčin je zřejmě více a patrně působí současně. Mohou spočívat ve specifické velikostní struktuře podniků v ČR, kdy velké podniky nepociťují potřebu se sdružovat tak, jako menší výrobci. Další příčinou mohou být obavy ze ztráty možnosti individuálně rozhodovat. Pro vytvoření úspěšného seskupení výrobců je zapotřebí zapojení vůdců. Jejich absence či nečinnost může spočívat v pracovním vytížení špičkových kapacit v oboru. V neposlední řadě je třeba jmenovat provozní podpory, které podporují ekonomiku zemědělských podniků a snižují stimulaci ke sdružování.

1. **Absence diferenciace produktů prostřednictvím vertikálních režimů kvality zapojujících prvovýrobce k prosazení výrobků ve spotřebitelských preferencích.**
* Velmi pomalu se rozvíjí chápání marketingu nikoliv jen jako úkol státu, ale především privátní sféry (Strategie, MZe, 2015, s. 21).
* Vstupní náklady na vybudování systémů.
* Nejistota v ochotě spotřebitelů platit cenovou prémii za výrobky v režimu kvality, averze k rizikům ve výrobě a očekávání řešení ze strany státu.
* Vysoké provozní podpory významně snižují stimulaci k vlastní aktivitě v marketingu prostřednictvím režimů kvality.

V obecném pojetí souvisí příčiny uvedené situace s průvodními jevy globalizace trhů a kumulace kapitálu. K vybraným příčinám blíže:

**Příčiny asymetrické cenové transmise.** Otázce se věnovalo značné množství výzkumů, jejichž autoři dospěli k rozličným závěrům. Např. Abdulai (2002) patří k těm, kdo vypočítali, že zvýšení producentských cen masa se na maloobchodní ceny přenáší rychleji než jejich snížení. Von Cramon‑Taubadel (1998) zjistil totéž ve vztahu CZV a CPV. McCorriston & Sheldon (1996) zjistili, že čím vyšší počet aktérů s tržní silou je ve vertikální tržní struktuře, tím nižší je přenos cenových změn. Podle Blindera (1994) a Blindera et al. (1998) může být příčinou to, že při růstu nákladů obchody nechtějí vybočovat z chování konkurentů. Zachariasse & Bunte (2003) uvádí dva důvody: vzájemnou závislost v rámci oligopolních a  oligopsonních struktur, která způsobuje prodlevy, a asi vůbec nejdůležitější důvod, že riziko vyvolání cenové války v rámci těchto struktur vede k neochotě snižovat ceny. Příčiny asymetrie v ČR se mohou pohybovat v intencích uvedených výzkumů. Rozklíčování je obtížné.

**Krátké řetězce** jsou využívány zejména malými zpracovateli. Prodej v místě výroby však často naráží na cenovou bariéru a je tak podmíněn dopravou do urbanistických center nebo dobrým logistickým managementem, což je pro malé podnikatele často obtížné.

**Zpracování v zemědělském podniku** je spojeno s vysokými počátečními náklady pro vybudování finalizační fáze výroby i s řadou legislativních a administrativních nároků a se znalostí požadavků kontrolních organizací.

**Spolupráce při odbytu výrobků** funguje v podstatě pouze tam, kde to vyžaduje povaha produktu. V dalších odvětvích vznikla řada organizací výrobců či odbytových sdružení z podnětu dotačního titulu PRV 2007-2013 na zakládání skupin výrobců. Po vyčerpání podpory velká část organizací zanikla nebo funguje pouze formálně. Neúspěch v setrvání ustavených organizací je negativním precedentem pro současné postoje zemědělců. Problémem mohou být i administrativní kroky spojené se vznikem a činností organizací.

**Vertikální programy kvality** musí být založeny na spolupráci. Základem je ochota ke spolupráci a pochopení společného cíle – uspět na trhu a získat si věrnou spotřebitelskou klientelu. Předpokladem účasti v systému je dodržet předem dané postupy, což může vyžadovat dodatečné investice. Současně jsou nutné vstupní náklady na vybudování systémů a vytvoření obecného povědomí spotřebitelů o jeho kvalitě. Příčinou absence programů může být též nejistota výrobců, zda tvrzení spotřebitelů týkajícího se zájmu o výrobky s nadstandardní kvalitou jsou jen deklarovaná, či se potvrdí v praxi.

# Závažnost problému

1. **Dominantní vliv obchodních řetězců na úrovni maloobchodního odběratele.**

Problém se vyskytuje napříč odvětvími zemědělské produkce. Na jedné straně stojí vztah výrobců potravin a maloobchodních řetězců na druhé straně význam řetězců pro spotřebitele. V prvním případě nebylo nalezeno odvětví, kde by na straně dodavatelů stála významná protiváha maloobchodním řetězcům. V případě významu maloobchodních řetězců pro spotřebitele existují jen mírné odchylky mezi skupinami potravin, kdy např. pro masné výrobky jsou jako hlavní nákupní místo udávány maloobchodní řetězce o něco méně než např. v případě ovoce a zeleniny (viz data GfK v kapitole „Stanovení skutečného problému …“).

1. **Nízká míra sdružování výrobců při odbytu.**

Problém se vyskytuje napříč odvětvími zemědělské produkce. Výjimku tvoří odvětví mléka a ovoce a zeleniny, kde je sdružování vynuceno podstatou produktu. Ani v těchto odvětvích však nelze zkonstatovat vyřešenou situaci.

1. **Absence diferenciace produktů prostřednictvím vertikálních režimů kvality zapojujících prvovýrobce k prosazení výrobků ve spotřebitelských preferencích.**

V žádném odvětví nefunguje vertikální systém kvality, který by posiloval pozici zemědělců. Na trhu se vyskytuje celá škála značek kvality, u nichž jsou podmínky certifikace v naprosté většině definovány na úrovni zpracovatele[[13]](#footnote-14). Mimoto je na trhu velké množství různých značek kvality, ovšem spotřebitelé mají podle výzkumu ÚZEI (interní výzkumný projekt 1118/2017) znalost jen úzkého okruhu značek kvality, zatímco znalost velkého množství značek prokázalo jen nízké procento spotřebitelů.

# SWOT analýza a potřeby

# SWOT ANALÝZA

|  |  |
| --- | --- |
| **Silné stránky** | **Slabé stránky** |
| * Smluvní provázanost zemědělců se zpracovateli.
* Fungující profesní svazy.
* Fungující organizace producentů v sektoru a ovoce a zelenina.
* Velké zemědělské podniky jsou významnými regionálními partnery pro zpracovatele.
* Existující informační základna o vývoji produkce a cen v ČR a v EU.
* Poptávka zahraničních zpracovatelů po zemědělských produktech z ČR.
 | * Nerovnováha mezi vysokou mírou koncentrace maloobchodu a nízkou mírou koncentrace zpracovatelů.
* Převažující prodej potravin přes koncentrovaný segment maloobchodních řetězců.
* Nízká míra sdružování prvovýrobců mimo odvětví ovoce a zelenina a mléko.
* Absence vertikálních systémů kvality zapojujících prvovýrobce k prosazení výrobků u spotřebitelů.
* Nevyužití státní podpory režimu kvality v odvětví mléka (mléko Q) k dotažení režimu ke spotřebiteli.
 |
| **Příležitosti** | **Rizika** |
| * Budování vertikálních systémů kvality.
* Segment spotřebitelů se zájmem o nadstandardní kvalitu výrobků.
* Edukace spotřebitele o kvalitě výrobků, o pozitivních externalitách preference domácích výrobků.
* Investice zemědělců do zpracování a prodeje.
* Potenciál informačních technologií usnadnit přímý prodej ze zemědělského podniku (internetové prodeje).
* Rozvoj sítí prodejen s farmářskými výrobky.
* Využití agroturistiky a propagace regionů v rámci jiných resortů (MMR).
 | * Pokračující dominance obchodních řetězců v maloobchodním prodeji a jejich vliv na volbu dodavatele a podmínky prodeje.
* Nejistota zemědělců, zda deklarovaný zájem spotřebitelů o výrobky nadstandardní kvality se potvrdí reálnými nákupy i v případě vyšší ceny výrobků.
* Značné množství značek kvality na trhu s potravinami s netransparentními nebo nízkými kritérii kvality.
* Zneužití podpor organizacím producentů - výhody černých pasažérů při vzniku velkých odbytových organizací.
* Vysoké počáteční náklady zemědělců na vybudování finalizační fáze výroby na výrobky s přidanou hodnotou a na distribuci výrobků.
 |

# Přehled potřeb

**Potřeba 1:** Eliminovat nekalé obchodní praktiky a dominanci maloobchodních řetězců

**Potřeba 2:** Posílit zavádění jakostních produktů či potravin zaručujících jejich jedinečnost v podobě zvláštních vlastností anebo výrobních metod a jejich marketing.

**Potřeba 3:** Stimulovat funkční organizace producentů vyvažující tržní sílu navazujících článků.

# Zdůvodnění potřeb

Funkční a spravedlivá organizace trhů patří mezi hlavní cíle Strategie pro růst Ministerstva zemědělství České republiky do roku 2030. Jak je argumentováno výše, ve vertikále panuje nerovnoměrná koncentrace výrobních subjektů na jednotlivých úrovních vertikály, jejímž průvodním jevem je nevyrovnaná tržní síla a výskyt tržních nedokonalostí. Největší koncentrace se vyskytuje na úrovni maloobchodu. Vzhledem k tomu, že se jedná o poslední, realizační, článek řetězce, je výrazně určující pro jeho předchozí články. Rovnoměrnější rozložení tržní síly snižuje výskyt tržních nedokonalostí. Je tak žádoucí nejen oslabení dominantního vlivu relativně malého počtu subjektů na konci vertikály, ale též posílení vlivu předchozích článků; v případě zemědělských výrobců cestou vytváření skupin výrobců a společných strategií. Mezi funkční strategie patří nejen posílení tržní síly, ale rovněž strategie diferenciace produktů, které by zviditelnily zpracovatelské podniky i dodavatele suroviny. Je pravděpodobné, že segment spotřebitelů vyžadujících zvláštní vlastnosti výrobků, bude mít v budoucím období rostoucí charakter.

# Priority definovaných potřeb

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Počet bodů (expertní/MZE) |  | Potřeba | Zdůvodnění dle jednotlivých kritérií: 1**. podíl plochy/počtu podniků, kterých se problém týká, jeho 2. závažnost a 3. veřejný zájem** |
| *MZe 75 / ÚZEI 64 / průměr 69* |  | *1. Eliminovat nekalé obchodní praktiky a dominanci maloobchodních řetězců.* | *1. Týká se většiny sektoru (řetězce jsou dle sortimentu hlavním nákupním místem pro 70 % až 90 % spotřebitelů).* *2. Závažná potřeba, dopad na úroveň cen v řetězci. Prokázány asymetrické cenové transmise.**3. Soukromý i veřejný zájem.*  |
| *MZe 58 / ÚZEI 64 / průměr 61* |  | *2.* *Posílit zavádění jakostních produktů či potravin zaručujících jejich jedinečnost v podobě zvláštních vlastností anebo výrobních metod a jejich marketing.* | *1. Žádoucí je zapojit maximum podniků.**2. Závažnost v průběhu období 2021+ výrazně vzroste, konkurence v zahraničí již tyto prostředky využívá a jejich absence pozici producentů oslabí.**3. Soukromý i veřejný zájem.* |
| *MZe 67 / ÚZEI 57 / průměr 61* |  | *3. Stimulovat funkční organizace producentů vyvažující tržní sílu navazujících článků.* | *1. Žádoucí je zapojit maximum producentů, ale v některých sektorech není zájem.**2. Závažná potřeba, která má dopad na vztahy k odběratelům, ceny a tím ekonomickou situaci zemědělských podniků.**3. Soukromý i veřejný zájem.* |

# Přehled navrhovaných opatření

1. *a) Stimulace mezioborové spolupráce (Intervence v rozvoji venkova: c) spolupráce)*
2. *Úprava legislativy vymezující a upravující nekalé obchodní praktiky*
3. *Rozvoj KDŘ a alternativní cesty odbytu (Intervence v rozvoji venkova: c) spolupráce)*
4. *Podpora koncentrace nabídky (Odvětvové typy intervencí)*
5. *Rozvoj informačních portálů*
6. *a) Podpora marketingu a edukace spotřebitele (Odvětvové typy intervencí; Intervence v rozvoji venkova: b) výměna znalostí a informací; c) spolupráce)*

*b) Edukace výrobců*

*c) (Intervence v rozvoji venkova: b) výměna znalostí a informací)*

*d) Vertikální spolupráce  (Intervence v rozvoji venkova: c) spolupráce)*

1. *a) Stimulace mezioborové spolupráce (Odvětvové intervence; Intervence v rozvoji venkova: c) spolupráce)*

*b) Úprava národních podmínek odbytových organizací*

*c) Vzdělávání zemědělců (Intervence v rozvoji venkova: b) výměna znalostí a informací)*

**Reference:**

Abdulai, A. (2002). “Using threshold co-integration to estimate asymmetric price transmission in the Swiss pork market” Applied Economics, 34, 679-687.

Bauer, L., Lipovská, H. (2015). Matematika v ekonomii a matematice. Grada, Praha. ISBN 978-80-247-4419-3.

Blinder, A. S., E. R. Canetti, D. E. Lebow, and J. B. Rudd, (1998). Asking About Prices: A New Approach to Understanding Price Stickiness. New York: Sage Foundation.

Blinder, A. S. (1994). “On Sticky Prices: Academic Theories Meet the Real World.” In Monetary Policy, ed. N. G. Mankiw, Chicago: University of Chicago Press.

Bošková, I., Ratinger, T. (2018). Do Consumers and Producers Benefit from Labels of Regional Origin?: The Case of the Czech Republic. In Matsumoto, S. and Otsuki, T. (Eds), Consumer Perception of Food Attributes, (Chapter 14, in press), 1st ed., Boca Raton, FL, USA: CRC Press. ISBN-10: 1138196843.

Bošková, I., Kohoutová, V., Bříšková, M., Kličková, K. (2017). Přenos informací o výrobci a výrobku napříč zemědělsko – potravinovou vertikálou. Zpráva o výsledcích řešení IVP 1118 za rok 2017. *Ústav zemědělské ekonomiky a informací, Praha*.

Bošková, I., Abrahamová, M., Špička, J., Rudinskaya, T., Náglová, Z., Pokorný, J., Froněk, P. (2017). Problematika tržních nedokonalostí a selhání v rámci vertikály zemědělsko – potravinářských výrobků. Tématický úkol 3/4206/2017 – výstup září. *Ústav zemědělské ekonomiky a informací, Praha*

Bošková, I., Abrahamová, M., Novotný, P., Špička, J., Rudinskaya, T., Mrhálková, I., Štiková, O., Kohoutová, V., Plášil, M., Peřinová, V. (2016). Problematika tržních nedokonalostí a selhání v rámci vertikály zemědělsko – potravinářských výrobků. Tématický úkol 3/4206/2016 – výstup září. *Ústav zemědělské ekonomiky a informací, Praha*

Darby, M., & Karni, E. (1973). Free competition and the optimal amount of fraud. Journal of Law and Economics, 16(1), 67–88

GfK Czech (2017). Studie „Shopping Monitor 2017“

Luhmann, N. (1979). Trust and power. Wiley, Chichester, Toronto. ISBN 0471997587

Jelínek, l., Hruška, M., Boyinová, S., Medonos, M., Pechrová-Šimpachá, M., Šimpach, O. Analýza hospodaření velkých zemědělských podniků. Výstup I – analýza majetkových vazeb zemědělských podniků. Průběžná zpráva o výsledcích řešení IVP 1117 za rok 2017. Ústav zemědělské ekonomiky a informací, Praha.

McCorriston, S. and Sheldon, I.M. (1996). “Trade Policy in Vertically-Related Markets”, Oxford Economic Papers 48: 664-672.

Meyer, S. B., Coveney, J., Henderson, J., Ward, P. R., and Taylor, A. W. (2012). Reconnecting Australian consumers and producers: Identifying problems of distrust. Food Policy, 37(6), 634e640. [http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2012.07.005.](http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2012.07.005.%20)

Meyer, J. and S. von Cramon-Taubadel, (2004). “Asymmetric Price Transmission: A Survey,” Journal of Agricultural Economics. 55: 581-611.

MZe (2018, a ). Analýza národních dotací do zemědělství v roce 2017. Ministerstvo zemědělství ČR, odbor 12120 účetnictví a statistiky, č.j. 20817/2018-MZE-12121. Interní materiál.

Mze (2018, b). Zpráva o stavu zemědělství ČR. Ministerstvo zemědělství, Praha, 2018.

Mze (2017, a). Střednědobé hodnocení 2017: Programu rozvoje venkova na období 2014 – 2020. MZe, dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2014/hodnoceni-a-monitoring/hodnoceni/strednedobe-hodnoceni-prv-2014-2020.html>

MZe (2017, b). Analýza národních dotací do zemědělství v roce 2016. Ministerstvo zemědělství ČR, odbor 13230 účetnictví a statistiky, č.j. 3228/2017-MZE-13231. Interní materiál.

MZe (2015). Strategie pro růst Ministerstva zemědělství České republiky do roku 2030. Ministerstvo zemědělství ČR, Praha. Dostupné z: [www.eagri.cz](http://www.eagri.cz).

Rudinskaya, T., Abrahamová, M., Bošková, I., Pokorný, J. (2017) Analýza faktorů ovlivňujících cenovou transmisi v zemědělsko-potravinářské vertikále. Interní výzkumný projekt č.1114/2017. Ústav zemědělské ekonomiky a informací, Praha

SZIF (2018). Dotazníkové šetření mezi držiteli značky Klasa v roce 2018. SZIF, Praha, interní materiál.

SZIF (2018). Dotazníkové šetření mezi držiteli značky Regionální potravina v roce 2018. SZIF, Praha, interní materiál.

Teuber, R. (2011) Consumers' and producers' expectations towards geographical indications: Empirical evidence for a German case study. British Food Journal, 113 (7), 900-918. DOI: 10.1108/00070701111148423

Von Cramon-Taubadel, S. (1998). “Estimating Asymmetric Price Transmission with the Error Correction Representation: An Application to the German Pork Market,” European Review of Agricultural Economics. 25: 1-18.

Zachariasse, V. and F. Bunte, (2003). How are farmers faring in the changing balance of power along the food supply chain?, OECD Conference: Changing Dimensions of the Food Economy: Exploring the Policy Issues, The Hague, 6-7 February 2003.

1. Návrh textu směrnice Evropského parlamentu a Rady o nekalých obchodních praktikách mezi podniky v potravinovém řetězci (COM(2018)0173 – C8-0139/2018 – 2018/0082(COD)) Výbor pro zemědělství a rozvoj venkova.(Legislativa v přípravě.) [↑](#footnote-ref-2)
2. Studie „Shopping Monitor 2018“, GfK Czech, prosinec 2017 [↑](#footnote-ref-3)
3. Analýza cenové transmise byla provedena na časové řadě CZV mléka, CPV másla, CPV mléka polotučného, CPV Eidamu, SC másla, SC mléka polotučného a SC Eidamu v letech 2006 až 2016. Tyto výsledky platí pro obě úrovně komoditního řetězce, tedy pro vztah CZV a CPV i pro vztah CPV a SC. V případě vepřového masa a výrobků z vepřového masa byla analýza provedena na časové řadě za léta 2006-2016 u CZV jatečných prasat, CPV vepřové kýty, CPV šunkového salámu, SC vepřové kýty a SC šunkového salámu. U drůbežího masa se analýza prováděla na časové řadě CZV kuřat jatečných, CPV a SC kuřat kuchaných. Určitým omezením bylo to, že nebylo možné provést analýzu na výrobcích s vyšší přidanou hodnotou z důvodu absence cen těchto výrobků [↑](#footnote-ref-4)
4. Z vymezení podpory EK na vytvoření a rozvoj KDŘ je zřejmé, že podpora se týká pouze dodavatelského řetězce, který zahrnuje maximálně jednoho zprostředkovatele mezi zemědělcem a spotřebitelem. [↑](#footnote-ref-5)
5. *Bošková, I., Ratinger, T. (2018). Do Consumers and Producers Benefit from Labels of Regional Origin?: The Case of the Czech Republic. In Matsumoto, S. and Otsuki, T. (Eds), Consumer Perception of Food Attributes, (Chapter 14, in press), 1st ed., Boca Raton, FL, USA: CRC Press. ISBN-10: 1138196843.* [↑](#footnote-ref-6)
6. Držitelé mohli uvést více forem prodeje. [↑](#footnote-ref-7)
7. Dle dostupnosti dat. [↑](#footnote-ref-8)
8. Pro měření koncentrace v odvětví mléka byl zvolen Herfindahl-Hirshmanův index (HHI). HHI nabývá hodnot $0<HHI\leq 10 000.$ Pokud na trhu působí mnoho firem s velmi malým tržním podílem, blíží se$ HHI$ nule a jedná se o dokonalou konkurenci. Pokud je naopak $HHI=10 000$, je na trhu monopol. Uzančně se stupně koncentrace posuzují podle mezních hodnot: HHI < 1000 = nízká koncentrace; 1000 ≤ HHI < 2000 = střední koncentrace; 2000 ≤ HHI = vysoká koncentrace (Bauer, 2015). [↑](#footnote-ref-9)
9. Mlékařské hospodářské družstvo JIH, Mlékařské hospodářské družstvo Střední Čechy a dále Morava, mlékařské odbytové družstvo [↑](#footnote-ref-10)
10. Výzkum provedený na vzorku 1 000 spotřebitelů obecné populace, který je reprezentativním vzorkem ČR. Jedná se o výzkum postojů. Reálné chování nebylo předmětem výzkumu. [↑](#footnote-ref-11)
11. AMA Gütesiegel je úředně uznaná značka kvality, která je spravována a kontrolována společností Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH.. Je chráněna jako registrovaná slovní a obrazová značka. Mohou jí být označeny potraviny, které překračují kvalitativní zákonné požadavky a jejichž původ je konkrétně vysledovatelný. AMA – Gütesiegel je nejznámější značkou kvality potravin v Rakousku. Je založena na třech pilířích – vysoká kvalita, dohledatelný původ a nezávislá kontrola. Zavedení systému sledování kvality navazuje na úkoly společnosti Agrarmarkt Austria založené roku 1992 Spolkovým zákonem o zřízení agentury tržního pořádku „Agrarmarkt Austria“, uvedené v tomto zákoně, kdy podle § 3 AMA naplňuje mimo jiné tyto následující úkoly: i) Opatření ke zvyšování kvality, zejména vývoj a zavádění směrnic kvality pro zemědělské produkty a z nich vyráběné zpracované produkty.) Podpora zemědělského marketingu. V roce 2015 se programu účastnilo zhruba 47 tis. zemědělců, 250 zpracovatelů a systém pokrýval zhruba 3 000 výrobků.  [↑](#footnote-ref-12)
12. QS je soukromá, ekonomicky řízená iniciativa, založená v Německu společností QS Qualität und Sicherheit GmbH, která byla založena v roce 2001 po krizi BSE. Od svého vzniku se QS považuje za alianci aktivní ochrany spotřebitele. Systém byl spuštěn 13. října 2001. Značka certifikace QS byla zapsána do rejstříku ochranných známek německého Úřadu pro patenty a Úřadu pro ochranné známky v Mnichově, dále Úřadem pro harmonizaci vnitřního trhu v Alicante a Světovým úřadem pro duševní vlastnictví (WIPO) v Ženevě a je chráněna zákonem o ochranných známkách. *QS označuje* Quality and food Safety – Kvalitu a bezpečnost potravin. Systém poskytuje komplexní záruku, která zahrnuje všechny úrovně potravinového řetězce, od prvovýroby, přes zpracovatele a prodej až po konečného spotřebitele (včetně přepravy, skladování). Označením certifikací QS ukazují účastníci tohoto programu, že produkují a prodávají své výrobky exkluzivně v souladu s požadavky programu QS. [↑](#footnote-ref-13)
13. Výjimkou je započatý režim Q CZ v odvětví mléka, který však naopak končí u zpracovatele a ke spotřebiteli se nedostává. Obdobný režim v odvětví vepřového masa je v přípravě. [↑](#footnote-ref-14)