

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE



FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

obor sociální a kulturní ekologie

Bc. Kristýna Kubičková

Místní potraviny a jejich vliv na lokální ekonomiku

Local foods and their impact on the local economy

Diplomová práce

Vedoucí práce: doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.

Praha 2015

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila pouze uvedené prameny a literaturu. Tato práce nebyla využita k získání jiného titulu a dávám svolení k tomu, aby byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a v elektronické databázi vysokoškolských kvalifikačních prací a v souladu s autorským právem používána ke studijním účelům.

V Praze dne 19. února 2015

Kristýna Kubíčková

.....

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce doc. Ing. Evě Cudlínové, CSc. za obětavé vedení při vypracování a cenné rady. Dále bych velmi ráda poděkovala všem respondentům, bez kterých by tato práce nevznikla.

Abstrakt

Hlavním tématem této práce jsou místní potraviny a lokální multiplikátor, který je indikátorem udržitelného rozvoje. Cílem tohoto indikátoru, a potažmo i této práce, je určit do jaké míry zůstávají finance v dané lokalitě. Právě skrze místní potraviny je zde nastíněno, jaký vliv má ekonomická lokalizace na sociální, environmentální, ale především ekonomické aspekty trvalé udržitelnosti. Teoretická část práce zahrnuje témata jako je antropocén, globalizace, ekonomický růst, lokalizace a podpora místních potravin v České republice. Dále je zde popsán lokální multiplikátor a jeho využití. Empirická část práce obsahuje stručný popis způsobů prodeje místních potravin v Plzni a především samotný výpočet lokálního multiplikátoru pro jeden vybraný plzeňský farmářský obchod. Dále je použita metoda a její výsledky zhodnoceny. Dojde zde tedy k propojení sociální a kulturní ekologie a keynesiánství s důrazem na využití konceptu multiplikátoru. Cílem práce je v první řadě vypočítat hodnotu lokálního multiplikátoru a zhodnotit použití tohoto nástroje. Jelikož předpokládám pozitivní vliv farmářského obchodu na místní ekonomiku, výsledek daného indikátoru by mohl být dalším argumentem pro posílení snah při podporování místních potravin a lokalizace.

Klíčová slova:

místní potraviny, globalizace, lokalizace, ekonomický růst, udržitelný rozvoj, lokální multiplikátor 3

Abstract

The main theme of this work is the local food and local multiplier, which is an indicator of sustainable development. The aim of this indicator and as well as this work is to determine how much local money stay in this area. By way of local food is outlined the impact of the economic localization on social, environmental and also economic aspects of sustainability. The theoretical part covers topics such as the Anthropocene, globalization, economic growth, localization and promotion of local food in the Czech Republic. Further is described the local multiplier and its use. The research includes a brief assessment of the situation of sales of local food in Pilsen and in particular, the calculations of local multiplier of farm shop in Pilsen. Furthermore this method and the results are evaluated. The thesis is combination of social and cultural ecology and Keynesianism with emphasis on the concept of the multiplier. Firstly, the aim is to calculate the value of the local multiplier and also evaluate the use of this tool. Since assuming positive influence of the farm shop on the local economy, the result of the indicator could be another argument for strengthening efforts in promoting local food and localization.

Key words:

Local foods, globalization, localization, economic growth, sustainable development, local multiplier 3

Obsah

ÚVOD.....	7
1 ANTROPOCÉN A PROGNÓZY.....	9
2 GLOBALIZACE	12
2.1 Potravinový systém v globálním světě.....	16
3 EKONOMICKÝ RŮST.....	20
4 LOKALIZACE	23
4.1 Potraviny a lokalizace	27
5 GLOKALIZACE	29
6 UDRŽITELNÝ ROZVOJ.....	30
6.1 Regionální rozvoj.....	31
6.2 Udržitelný rozvoj a potraviny.....	33
7 PODPORA DOMÁCÍCH A LOKÁLNÍ POTRAVINY V ČESKÉ REPUBLICE	34
7.1 Označování potravin.....	35
7.2 Aktivity podporující místní potraviny.....	38
8 LOKÁLNÍ MULTIPLIKÁTOR 3.....	41
8.1 Kořeny lokálního multiplikátoru 3	42
8.2 Koloběh financí.....	43
8.3 Výpočet lokálního multiplikátoru 3.....	45
8.4 Pilotní projekty lokálního multiplikátoru 3	47
8.5 Typy lokálního multiplikátoru.....	49

9	LOKÁLNÍ POTRAVINY V PLZNI	49
9.1	Farmářské trhy	50
9.2	Benýnkové systémy	52
9.3	Farmářské obchody	53
10	VÝPOČET LM 3 PRO ZKOUMANÝ SUBJEKT	54
10.1	Identifikace problému, cíl a hypotéza.....	54
10.2	Vymezení zkoumané lokality a subjektu	55
10.2.1	Charakteristika Plzeňského kraje	55
10.2.2	Vymezení „místního“ území	58
10.2.3	Charakteristika zkoumaného subjektu	59
10.3	Metoda výpočtu.....	59
10.4	Přípravná fáze výzkumu	60
10.5	Dotazníky	61
10.6	Sběr dat	63
10.7	Konečný výpočet LM3	65
11	INTERPRETACE VÝSLEDKŮ LM 3 ZKOUMANÉ PRODEJNY.....	69
12	DISKUZE	69
12.1	Náměty a doporučení.....	69
	ZÁVĚRY.....	71
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ.....	72
	SEZNAM PŘÍLOH.....	83

ÚVOD

V dnešním globalizovaném světě se obyvatelé střetávají s problémy velkého rozsahu, které mají vliv na řadu oblastí. Globální problémy se dotýkají sféry ekonomické, environmentální, sociální či bezpečnostní a proces globalizace zasahuje dokonce i do našeho stravování. V naší „globální vesnici“ dochází k celkovému přibližování v čase i prostoru, což přináší v menší či větší míře klady i zápory.

Na opačné straně se proto projevují snahy o podporu místní soběstačnosti, lokalizace a lokální ekonomiky, protože místní¹ ekonomika je méně zranitelná vůči vnějším vlivům, jako jsou například výkyvy v dovozech a jejich cenách. Místní ekonomika je také více efektivní v souvislosti s plýtváním zdrojů a energie. Nejen lokální ekonomika ale také lokální potraviny mají svá pozitiva. Týká se to například samotné výroby či zpracování potravin, jejich přepravy, obalových materiálů nebo již zmíněného vlivu na místní ekonomiku a sociální sféru. V České republice se v posledních letech setkáváme se zvýšeným zájmem právě o tyto potraviny, což se mimo jiné projevuje i pořádáním farmářských trhů, prodejem ze dvora, bedýnkovým systémem prodeje, provozováním farmářských obchodů ve větších městech a dalšími iniciativami, které umožňují koupi místních produktů.

Ekonomický růst je pro dnešní svět hlavní hnací silou. Je měřen řadou ukazatelů a jedním z nejznámějších indikátorů je HDP. Stále více ale sílí hlasy, které poukazují na to, že má tento indikátor jen velmi malou vypovídající hodnotu o celkovém stavu a blahobytu společnosti. Jako prostředek kvantifikace ekonomické lokalizace se využívá tzv. lokální multiplikátor, jenž je prostředkem pro zjišťování toků peněz na určeném místě a umožňuje poskytnout informace o tom, do jaké míry finance zůstávají v dané lokalitě.

Tato práce pojednává především o výše zmíněném indikátoru udržitelného rozvoje, tzv. lokálním multiplikátoru, v souvislosti s místními potravinami. Lokální multiplikátor 3 byl vytvořen poměrně nedávno v britském New Economics Foundation a jeho tvůrci se nechali inspirovat myšlenkami ekonoma Johna Maynarda Keynesa. Jedním z cílů práce je právě aplikace indikátoru v českém prostředí, a jak se uvádí v knize Penězům na stopě: „Pokud se využívání lokálního multiplikátoru rozšíří a budou možná meziregionální

¹ Přídomek místní/lokální (např. místní/lokální ekonomika, místní/lokální potraviny) odkazuje k danému místu podle souvislostí v textu. Může tedy odkazovat například k České republice nebo ke zkoumané lokalitě a to dle kontextu.

srovnání, můžeme se z výsledků poučit o „lokalizačním potenciálu“ dané oblasti“ [Kutáček, 2007: 10]. Obecně je teoretickým přínosem přispět do diskuze o globalizaci a lokalizaci a podpoře lokálních potravin. V práci je skrze lokální potraviny naznačeno, jaký vliv mohou mít na sociální, ekonomické a v neposlední řadě i environmentální aspekty udržitelnosti.

Teoretická část práce je zaměřena na stručné shrnutí stavu znalostí v rámci tématu. Zabývá se antropocénem a prognózami, ekonomickým růstem, lokalizací i globalizací, udržitelným rozvojem a jejich vztahem k potravinám jako takovým. Dále jsou zde stručně shrnuty kampaně a další snahy o podporu lokálních potravin v České republice. V poslední části je představen lokální multiplikátor, který je použit v empirické části práce.

Ta obsahuje stručné popsání způsobů prodeje místních potravin v Plzni a samotný výpočet lokálního multiplikátoru pro jeden vybraný plzeňský obchod s místními potravinami. Použitá metoda a její výsledky jsou dále vyhodnoceny a zhodnoceny. V práci došlo k propojení sociální a kulturní ekologie a keynesiánství s důrazem na využití konceptu multiplikátoru. Výzkumným problémem jsou tedy lokální potraviny a výpočet lokálního multiplikátoru pro vybranou prodejnu s místními potravinami v Plzni, u které předpokládám pozitivní vliv na místní ekonomiku. Pro psaní této diplomové práce bylo využito relevantních českých i cizojazyčných zdrojů. Pokud byly použity internetové zdroje, tak se jednalo z velké většiny o stránky významných institucí (např. FAO, WHO, Ministerstvo zemědělství apod.), a to hlavně kvůli lepšímu dokreslení problému (např. statistické údaje). Pro výpočet lokálního multiplikátoru byly stěžejními publikacemi The Money Trail od autora Justina Sackse z roku 2002 a česká publikace Penězům na stopě od Stanislava Kutáčka a Trastu pro ekonomiku a společnost z roku 2007.

1 Antropocén a prognózy

Podle vědců Crutzena a Stoermera se lidstvo dostalo do nového geologického období, které označujeme jako Antropocén. Počátek antropocénu není pevně stanoven, ale symbolicky se uvádí rok 1784, kdy byl vynalezen parní stroj Jamesem Watem. Toto období se vyznačuje několika rysy. Dochází k celosvětovému nárůstu populace, kvůli hospodářskému rozvoji zaznamenáváme nárůst spotřeby, čerpání zdrojů, narážíme na nové druhy znečištění a celkově se změnila naše vzorce spotřeby. Jde například o způsob cestování, dopravy, bydlení ale i naše stravování. Od poloviny 20. století mluvíme o velké akceleraci, čili zrychlování všech těchto jevů v antropocénu. Růst velikosti populace byl do počátku tohoto období mírný a faktorem, který tento počet lidí limitoval, byla potrava. O vztahu těchto dvou jevů pojednával už Thomas Malthus, podle něhož má populace růst řadou geometrickou, zatímco produkce potravin roste aritmetickou řadou.

Díky větší možnosti potravinové produkce začala v industriální době lidská populace opravdu růst geometrickou řadou. Tři čtvrtiny potravin, které se spotřebují, jsou produkovány zemědělstvím.² Přibližně do poloviny 20. století byl nárůst produkce potravin propojen se zvětšující se rozlohou obdělávané půdy. To se změnilo během 60. let, kdy většina kvalitních půd byla již využívána a zemědělské plochy se rozšiřovaly méně. V této době se uplatnily výsledky zemědělské „zelené revoluce“, které mimo jiné umožnily zvýšit hektarové výnosy. Hlavními rysy této zemědělské revoluce bylo šlechtění nových odrůd, mechanizace, používání průmyslových hnojiv a chemických látek na ochranu rostlin, které ale měly a mají zároveň negativní vlivy na životní prostředí.³ Pouze malé množství použitých pesticidů totiž zasáhne cílový subjekt a zbytek pesticidů se dostane do okolí, kde negativně působí na ostatní organismy [Moldan, 2009: 31-59]. Dnes se již velmi toxické pesticidy, jako bylo DDT, o kterém informovala například Rachel Carson ve své knize z roku 1962 Tiché jaro, ve většině zemí světa nepoužívají.⁴ I přesto je negativní dopad současné praxe zemědělství, které je někdy nazýváno právem jako průmyslové, na prostředí a další organismy znatelný.

Lidstvo se setkává s problémy globálního rozsahu, jako je změna klimatu, ale i s hrozbou ropného zlomu apod. Tyto ekologické hrozby můžeme podle sociologa Anthonyho

² Zemědělství zabírá podle organizace FAO v dnešní době 38,5% zemského povrchu [FAO].

³ „Odhaduje se, že pouze 50% průmyslových hnojiv je využito rostlinami, zbytek je bez užítku vázán v půdě nebo vyplavován do podzemních a posléze i do povrchových vod“ [Moldan, 2009: 59].

⁴ Tento insekticid je ale stále ještě používán v některých rozvojových zemích kvůli svým účinkům v boji proti malárii [Moldan, 2009: 258-259].

Giddense rozdělit do tří skupin. Jde o hromadění odpadů, znečištění životního prostředí a vyčerpání neobnovitelných zdrojů [Giddens, 1999: 499]. Zemědělství velkou měrou způsobuje problémy jako je změna využívání zemského krytu, eutrofizace vod, kontaminace prostředí, pěstování monokultur, šlechtění výnosných kultur, zvýšení spotřeby vody k zavlažování. Velké obavy se obecně týkají především vlivu na biodiverzitu neboli biologickou rozmanitost. „V současné době pozorujeme rychlou redukci biologického bohatství, která je přirovnávána k velkým vymíráním v geologické minulosti. V období antropocénu je rychlost vymírání 1000 krát až 10 000 krát vyšší než v minulosti [Moldan, 2009: 243].“

Index živoucí planety, který je součástí Zprávy o živoucí planetě neboli Living planet report [WWF, 2014], poukazuje právě na stav globální biodiverzity. Z výsledku tohoto indexu vyplynulo, že poklesl od roku 1970 přibližně o 52%.⁵ Zpráva dále pracuje s ekologickou stopou,⁶ která je postavena na nárocích lidí na zdroje ekosystémů, a dále s vodní stopou⁷ jednotlivých států a jejich ekonomickými aktivitami [WWF, 2014]. Lidstvo potřebuje v současné době regenerační schopnosti 1,5 planety Země, aby poskytovala ekologické statky a služby, které používáme každý rok. Toto "přestřelení" je možné, protože prozatím můžeme vylovit z moří a oceánů více ryb a kácet stromy rychleji, než nové vyrostou nebo můžeme vypouštět více uhlíku do ovzduší, než lesy a oceány mohou absorbovat [WWF, 2014: 16-32].

Podle analýzy Johana Rockströma lidstvo překročilo již tři z devíti bezpečných mezí, kterými jsou právě již výše zmiňovaná ztráta biodiverzity, změna klimatu a biochemické cykly dusíku a fosforu. Dalšími mezemi jsou úbytek stratosférického ozónu, spotřeba sladké vody, okyselení oceánů, využití půdy, chemická kontaminace a aerosoly v atmosféře. Analýza naznačuje, že po překročení mezí, dojde k vykročení z bezpečného operačního prostoru pro lidstvo [Rockström, 2009].

⁵ Pro výpočet indexu se pracuje s údaji z monitoringu populací obratlovců obývajících suchozemské, sladkovodní a mořské ekosystémy. Je vypočítán z časových řad údajů o celkem 10 380 populacích, které se skládají z 3038 druhů savců, ptáků, plazů, obojživelníků a ryb. Jsou porovnávány změny v populaci od referenčního roku 1970 [WWF, 2014: 136].

⁶ „Ekologická stopa porovnává lidský nárok na přírodní služby s možnostmi přírody tyto služby poskytovat. Je vyjádřena v jednotkách plochy na zemském povrchu, kterou lidé pro své aktivity potřebují: jakou velikost produktivní půdy nebo vodní hladiny lidé potřebují, aby zajistili své materiální potřeby. Spotřeba energie, biomasy, jako jsou potraviny nebo dřevo, stavebního materiálu, vody a ostatních zdrojů, je převedena na nárok na normalizovanou plochu, nazvanou globální hektary (gha). Ekologickou stopu lze vypočítat pro stát, město či pro celou planetu [Moldan, 2009: 315].“

⁷ Vodní stopa měří množství vody použité k výrobě výrobků a služeb, které používáme. Může být měřena pro jeden proces, jako je například pěstování rýže, pro výrobek nebo pro celou nadnárodní společnost. Vodní stopa nám může také říct, kolik vody je spotřebováno v konkrétní zemi či globálně [WWF, 2014: 161].

Podle prognóz Spojených národů bude v roce 2050 na Zemi přes devět miliard lidí [UN, 2013]. Pokud populace poroste, je zřejmé, že poroste i poptávka po potravinách. Odhaduje se, že kvůli těmto faktorům se musí do roku 2030 zvýšit produkce potravin téměř o 50%. Zatímco výdaje za potraviny činní v ekonomicky rozvinutých regionech přibližně 10-15% nákladů jednotlivce nebo celé rodiny, v rozvojových zemích dosahují až 50% [Braniš, 2011: 98-101]. Podle Martina Ehla v souvislosti s touto situací můžeme mluvit o globálních problémech. V obecném měřítku však nenarážíme momentálně na celosvětový nedostatek potravin, ale spíše na jejich špatnou distribuci [Ehl, 2001: 107].

Za málo potravin v některých místech může jejich špatné rozdělování ale také, především v rozvojových regionech, nevyrovnané dotace. Ty vytlačují z trhu malé farmáře, jež se prodejem nedotovaných produktů nemohou uživit. Existuje velké množství strategií a scénářů, které pojednávají o problémech výživy obyvatel v tomto století. Skupina vědců sdružených okolo francouzského Institut National de la Recherche Agronomique – Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement připravila dva klíčové scénáře budoucího rozvoje výživy lidstva. Jde o „Agrimonde GO“, který vychází z hypotéz formulovaných v Miléniovém hodnocení ekosystémů, které přisuzují změnu vzorců ve spotřebě ekonomickému růstu. Tento scénář předpokládá nárůst velkofarem, využívání GMO, industrializaci zemědělství, větší využití hnojiv a v neposlední řadě zvyšující se účast nadnárodních firem. Intenzifikace agrární výroby bude podle autorů vyžadovat asi 18% nárůst obhospodařované půdy. Druhým scénářem je k životnímu prostředí šetrný „Agrimonde 1“. Ten předpokládá širokou škálu velkých a malých farem, velmi krátké a místní koloběhy surovin a zboží, zapojení know-how Západu a jeho prolínání s místními zvyky. Protože produkce nebude tak intenzifikovaná, bude třeba získat až o 39% více orné půdy než dnes [Braniš, 2011: 133-135].

Dalším hodnocením současných trendů a prognózami se zabývají různé organizace a specializovaná pracoviště po celém světě. Zpráva Global risks vydaná Světovým ekonomickým fórem upozorňuje na čtyři primární rizika pro blízkou budoucnost. Jsou jimi finanční hrozby, rizika týkající se zásobovacích sítí, role energie, a hlavně potravinová bezpečnost⁸ označovaná také jako „food safety“.⁹ Právě záležitosti zdrojů budou podle ní hrát hlavní roli v mezinárodní agendě. Zejména to budou vysoce strategické zdroje jako

⁸ Otázkou bezpečných potravin se zabýval i letošní Světový den zdraví, který byl slaven 7. dubna 2015. Hlavním sloganem kampaně bylo From farm to plate: make food safe. „Heslo se snaží upozornit na skutečnost, že zvláště v našem globalizovaném světě je nutné zajistit bezpečnost potravin ve všech krocích dlouhého řetězce putování potravin od jejich samotného vzniku až k vlastní konzumaci“ [WHO.cz, 2015].

⁹ Pojmem „food safety“ se označuje „hygienická a zdravotní nezávadnost potravin“ [Babička, 2012: 2].

energie, potraviny, voda a to v důsledku nároků na výrobu potravin způsobenou již zmiňovaným růstem populace. Navíc klimatická změna povede ještě ke zvýšení nedostatku zdrojů [Mezřický, 2011: 13-15].

Na tyto problémy reaguje Společná zemědělská politika Evropské unie. Funguje jako partnerství mezi zemědělci a členskými státy. Tuto politiku Evropská unie řídí a zároveň je z jejího rozpočtu také financována. Evropská unie poskytuje pobídky, které umožňují zemědělcům pracovat udržitelným způsobem, který by měl být šetrný k životnímu prostředí. Zamezí se tak nepříznivým vedlejším účinkům některých zemědělských postupů. Primárními cíli Společné zemědělské politiky jsou zabezpečení stabilních dodávek zdravých potravin za přijatelné ceny a to i kvůli růstu světové populace. Dále v důsledku klimatických změn, zajištění udržitelného hospodaření s přírodními zdroji, péče o krajinu a zachování životaschopnosti venkovského hospodářství nebo také zajištění přiměřené životní úrovně zemědělců [Evropská komise, 2014: 3-4].

Všechny výše zmíněné zprávy ale i další výzkumy uvádějí, že například rostoucí počet obyvatel, neudržitelná spotřeba zdrojů nebo změna vzorců spotřeby jsou příčinou mnoha environmentálních problémů na globální úrovni, se kterými se v současnosti, ale i v blízké budoucnosti budeme muset jako lidstvo vypořádat.

2 Globalizace

Jedním z rysů antropocénu je právě zrychlení globalizace, což je celosvětový a mnohohvrstevnatý proces s mnoha významy a rozměry, který je založen na spontánní či samovolné, neřízené integraci zemí v jediném ekonomickém systému tržního hospodářství [Mezřický, 2011: 12].

Pojem globalizace nesouvisí jen s modernitou. Procesy, které dnes vztahujeme ke konceptu globalizace, existovaly s přestávkami již před několika stoletími. A to jak v souvislosti s námořními objevy, tak především s průmyslovou revolucí. Velkým milníkem byly také dvě světové války a po nich vznik nadnárodních institucí a globální ekonomiky. V akademickém prostředí začal být pojem globalizace opravdu hojně využíván až v 80. letech 20. století, i když vztahem globalizace a médií se zabýval již v 60. letech 20. století Marshall McLuhan [Robertson, 1992: 8-10].

U globalizace můžeme označit dva hlavní motory. Tím prvním je technologie a druhým je, privatizace, liberalizace kapitálových toků, otevírání státních politik či rozšiřování globálního obchodu [Hendersonová, 2001: 7].

Podle Rolanda Robertsona jde v globalizaci také o zintenzivnění celosvětových sociálních vztahů, které propojují i vzdálené lokality tak, že dění v daném místě je ovlivněno událostmi kilometry vzdálenými a naopak [Robertson, 1992: 141].

Žijeme tedy v globalizovaném světě, globální vesnici,¹⁰ kde i pomocí elektronických médií dochází ke sjednocení planety. To co se dnes stane na jedné straně zeměkoule, za pár hodin pravděpodobně ví zbytek světa. Euroamerická civilizace je založena na expandování, avšak tento globalizovaný svět se uzavírá. Došlo k otevření ve smyslu dostupnosti informací nebo pohybu osob, ale jako systém se náš svět uzavírá. Dalšími charakteristikami pro současnost je hrozba katastrof, jež jsou sice málo pravděpodobné, ale mají obrovské následky. Takovým příkladem může být například chemická kontaminace v indickém Bhópálu, únik ropy v Mexickém zálivu či jaderná havárie v Černobyli.

Podle Ulricha Becka, autora konceptu rizikové společnosti, je globalizace proces či procesy, v jejichž důsledku jsou národní státy a jejich suverenita podkopávány a vzájemně propojovány skrze nadnárodní subjekty. Globalizaci můžeme také podle něj označit jako „ne-světový stát“ nebo „světovou společnost bez světového státu a bez světové vlády“ [Beck, 2007: 19-21]. V minulosti docházelo k řetězení událostí. Akce měla následek či vyvolávala reakci. V současné době se lidé setkávají s pocitem vykořenění, bezmocnosti, beznaděje, neschopnosti zlepšit chod věcí, máme pocit, že lépe už bylo a mizí idea pokroku. Setkáváme se hlavně s riziky, krizí, která se týká všech oblastí života. Globalizace se odehrává všude a to i v oblasti životního prostředí, protože se stále častěji setkáváme s globálními environmentálními problémy. Ty neohrožují jen nás, jako lidstvo, ale právě i celou přírodu. Přinášejí nevratné změny. Často vznikají na lokální či regionální úrovni, ale následně se nahromadí a ohrožení má celosvětový charakter. Jedním z globálních problémů jsou například skleníkové plyny. Nejznámějším je zřejmě CO₂, o kterém se vedou debaty od Kjóta do současnosti, a který produkuje každá nadnárodní korporace, malá či velká firma i jedinci.

Zygmunt Bauman chápe globalizaci jako mnohostrannou transformaci, jejímž

¹⁰ Pojem, který proslavil kanadský filosof Herbert Marshall McLuhan.

znakem je "časoprostorová komprese". Skrze ni je náš svět spojován ale zároveň i rozdělován právě těmi samými mechanismy. Využití času i prostoru jsou diferencovaná i diferencující [Bauman, 2007: 7-8]. Lidé si dopřávají všech moderních výtobytků, ale jsou si vědomi i jejich negativ a snaží se o jakési očištění. Například pro nákup potravin jezdíme automobilem, ale následný odpad z naší domácnosti pečlivě vytřídíme, abychom chránili životní prostředí.

Současný člověk vidí sám sebe ne jako součást přírody, ale jako vnější mocenskou a hybnou sílu, která si má přírodu podmanit [Schumacher, 2000: 17-18]. Z tohoto pohledu můžeme na globalizaci nahlížet čistě v antropocentrické perspektivě.¹¹ Samotná globální ekonomika se stává abstraktnější a je vzdálena státnímu i místnímu rozhodování, běžnému životu i přírodním ekosystémům, z čehož plynou nová rizika. Problémem je zde i chybějící zpětná vazba, kdy se například vyčerpané lokální zdroje nahradí dovozem ze vzdálených míst a spotřebitel, který se nestará o původ zboží, pokud se to neprojeví v ceně, se nic o vyčerpání domácích zdrojů nemusí dozvědět.

Stále více nových rizik a problémů, jako je klimatická změna nebo přeshraniční znečištění, můžeme označit jako globální, tedy přesahující působnost vlád jednotlivých států. Jinými slovy žádný stát tyto problémy nemůže vyřešit jen vlastními prostředky [Hendersonová, 2001: 9]. S tím souhlasí i Al Gore a ve své knize Země na misce vah [Al Gore, 1994] navrhuje celosvětové řešení globálních environmentálních problémů, které nazývá globálním Marshallovým plánem. Jak už název napovídá, Al Gore se nechal inspirovat Plánem na obnovu Evropy, který vznikl po druhé světové válce. „Tento plán bude svým rozsahem a složitostí srovnatelný s tím původním. Dnes potřebujeme plán, jenž bude kombinací rozsáhlé, dlouhodobé a přesně zaměřené finanční pomoci rozvojovým zemím, velkého úsilí o objevování nových technologií potřebných pro udržitelný rozvoj a jejich předávání třetímu světu, celosvětové strategie ke stabilizaci světové populace a závazných rozhodnutí průmyslových států o urychlení jejich vlastního přechodu k ekologicky zodpovědnému způsobu života“ [Al Gore, 1994: 264]. Jak ale sám uvádí, prvním důležitým bodem je všeobecný konsenzus na potřebě záchrany životního prostředí. Až po tom mohou být splněny strategické cíle, jako je stabilizace světové populace, rychlé

¹¹ Můžeme se setkat s několika etickými přístupy při hodnocení problematiky životního prostředí. Jedním z nich je právě antropocentrický přístup kdy, „člověk odvíjí hodnocení situací v životním prostředí od možných dopadů na něho samotného, ať již bezprostředně na daného jednotlivce, na jeho děti, jiné lidi, budoucí generace vůbec. Pomýšlí obvykle na dopady na zdraví, potenciál přírody poskytovat zdroje výživy, léky, prostředí pro příjemnou rekreaci, atd. Druhým etickým přístupem je přístup nazývaný nejčastěji eko-centrický, případně bio-centrický. Zde člověk přiznává přírodě jakousi její vlastní vnitřní hodnotu“ [Šauer, 2007: 45].

vytváření a rozvoj ekologicky šetrných technologií, ucelená a všeobecná změna ekonomických norem používaných pro hodnocení ekologických dopadů našich rozhodnutí, projednání a schválení nové generace mezinárodních dohod, vytvoření společného plánu na vzdělávání občanů světa o životním prostředí planety a v nejobecnější rovině by integrujícím cílem mělo být vytvoření sociálních a politických podmínek, které by nejvíce přispívaly ke vzniku udržitelné společnosti [Al Gore, 1994: 262-273].

Ve světovém měřítku je negativní postoj ke globalizaci důsledkem právě projevů rizik. Tento odpor a jeho motivace se od kultury ke kultuře liší, v souvislosti s konkrétně se projevujícími hrozbami globalizace, jako je například nezaměstnanost či environmentální problémy [Mezřický, 2011: 12-13].

Jak již bylo řečeno výše, počet lidí na planetě celkově roste, ale roste asymetricky. Tento růst/nerůst/pokles je v každé zemi odlišný. Nemluvě o demografické struktuře obyvatelstva v jednotlivých zemích. Stejně tak je odlišné i bohatnutí, či naopak nárůst chudoby. Pomyslné nůžky mezi chudými a bohatými se rozevírají a distribuce bohatství je značně nerovnoměrná. V globalizaci dochází ke stále se zvětšujícím rozdílům mezi vyspělými a rozvojovými zeměmi a setkáváme se i s rozpadem dosavadních řádů a státních uspořádání. Náš svět je plný paradoxů, kdy například geneticky modifikované organismy mohou nasycit hladovějící, ale na druhé straně mohou ohrozit stabilitu ekosystémů. Stále velké procento lidí je ohroženo podvýživou,¹² zároveň se ale do popředí diskuzí dostává problematika plýtvání potravinami,¹³ a také roste procento těch, kteří trpí nadváhou a obezitou.

Obezita zvyšuje pravděpodobnost diabetu, vysokého krevního tlaku, srdečních onemocnění, mrtvice a určitých typů rakoviny. Po celém světě se výskyt obezity téměř zdvojnásobil od roku 1980. V roce 2014 bylo 11% mužů a 15% žen ve věku od 18 let obézní. V roce 2013 bylo více než 42 milionů dětí mladších 5 let obézní. Celosvětový výskyt diabetu byl v roce 2014 odhadnut na 9%. I to je jeden z důvodů, proč se členské státy Světové zdravotnické organizace dohodly na devíti dobrovolných globálních cílech, kterých má být dosaženo do roku 2025. Mezi ně patří právě i obezita a diabetes, kterým se má předcházet prostřednictvím akcí, jež podporují fyzické aktivity a přispívají k produkci, distribuci a marketingu vhodného jídla [World Health Organization, 2014: 9-16].

¹² O problematice příjmu potravy a globalizace pojednává například Anthony Giddens v šesté kapitole v knize Sociologie [Giddens, 1999].

¹³ Podle odhadů se v Evropské unii každoročně zbytečně vyplývá 100 milionů tun jídla. Pokud tento trend bude i nadále pokračovat, v roce 2020 se vyhodí až 126 milionů tun potravin [Ec.europa.eu].

Globalizaci nemůžeme upřít také některé klady a to především díky nové propojenosti informací. Ty napomáhají rozvíjet demokracii na celém světě, otevírají represivní režimy, rozvíjí pluralitu a dodržování lidských práv. Díky internetu se šíří nové nápady na technologie, které jsou příznivější pro životní prostředí či pro udržitelný rozvoj. Dostupnější informace zvýšily přímé zapojení občanů a umožnily i dálkové vzdělávání. Dalšími klady globalizace je rychlé šíření a sdílení konceptů udržitelného rozvoje (viz kapitola 6), který se definuje jako rozvoj, jenž uspokojuje potřeby současnosti, aniž by budoucí generace připravoval o možnosti uspokojovat jejich potřeby [Hendersonová, 2001: 10].

2.1 Potravinový systém v globálním světě

Celková spotřeba potravin i jejich produkce se dnes přesunula spíše na globální úroveň, zatímco dříve se odehrávala primárně na regionální úrovni či na malých územích. Spotřeba potravin po celém světě je propojena se zemědělskou produkcí právě díky ekonomické globalizaci a světovému obchodu.

Kvalita potravin stále klesá. Zvířata jsou krmena hormony a antibiotiky, aby se urychlil jejich růst, a aby se zvýšila jejich odolnost proti nemocem. Zpracováním na globální úrovni některé potraviny ztratily chuť a aroma. Z tohoto důvodu jsou přidávány, chemické sloučeniny, jejichž cílem je oklamat naše smysly a konzervační prostředky jsou používány k umělému prodloužení trvanlivosti v důsledku větších vzdáleností mezi producentem a konzumentem [Norberg-Hodge, 2010].

Pro globální potravinový systém jsou charakteristické rozsáhlé, extrémně mechanizované, monokulturní a chemicky intenzivní metody s produkcí orientovanou na vzdálené a globalizované trhy. Tento systém je závislý na západních znalostech, technologiích a kvůli nadměrnému používání externích vstupů, velkých strojů, dálkové dopravy a komunikační infrastruktury je vysoce kapitálově a energeticky intenzivní. Cílem globálního systému je stále se zvyšující zemědělská efektivita, definovaná jako maximalizace sklizně úzké škály globálně obchodovaných komodit a minimalizace lidské práce. Výsledné technologie jsou často používány na farmách bez ohledu na lokální ekologické a sociální podmínky. To vedlo k přizpůsobení zemědělské produkce, krajiny a rozmanitých kulturních tradic potřebám dostupných technologií a homogenizace přírody a

kultury tak, aby lépe posoužily globální ekonomice [Norberg-Hodge a kol., 2002: 3-4]. V globálním potravinovém systému se tedy jednotlivé zemědělské lokality specializují jen na malé množství druhů plodin, které pak mohou konkurovat ostatním především díky nízkým cenám a velkému množství celkové produkce.

Hlavní pozitivum na globalizovaném potravním systému můžeme najít v dostupnosti velkého množství zemědělských produktů v průběhu celého roku v různých zemích. S tímto kladem ale souvisí zároveň i velké množství negativních jevů. Potravinu se musí vypěstovat, sklídit, zabalit a především levně dopravit na místo určení, které může být ve velké vzdálenosti. Navíc se mnohdy musí potraviny ošetřit tak, aby i po dlouhém transportu¹⁴ byly v požadované senzorické kvalitě pro zákazníka. To znamená používání chemických prostředků, spotřebu nemalého množství energie, obalových materiálů a spalování paliv. Celkový proces produkce i transport je značnou zátěží pro životní prostředí, nemluvě o závislosti na vzdálených zdrojích,¹⁵ celkové výsledné kvalitě a nutričních hodnotách dovezených potravin.

Pokud mluvíme o transportu, je nutné zdůraznit, že v některých případech je absolutně zbytečný. V době, kdy lidstvu hrozí vyčerpání zdrojů, (například tzv. „peak oil“) rostoucí emise a další devastace přírody, můžeme jen těžko v tomto jednání nalézt větší smysluplnost. Každý den ty samé produkty putují v opačných směrech po celém světě. Každý rok dochází k importu stovky tisíc tun základních potravin, a zároveň k exportu toho samého množství potravin. V rámci potravinového systému, je zemědělství pouze průmysl a jídlo jen další komodita. Aby se docílilo opravdové "účinnosti", jsou zapojeny velké podniky, které se zaměřují na jednotlivé plodiny a zvířata jsou chována po milionech ve stísněných podmínkách na farmách. To vše, společně se zbytečnou přepravou potravin, používáním těžké techniky, toxických hnojiv a geneticky modifikovaných potravin, si vybírá daň na životním prostředí [Norberg-Hodge, 2010].

Transport i obalový materiál potravin je zátěží pro přírodu. Právě kvůli posuzování zátěže produktů, ale i některých technologií na životní prostředí, byla vytvořena metoda Life-cycle assessment (LCA). Může se například využít při zjišťování environmentálního dopadu nápojových obalů a následném zvolení nejšetrnější obalové varianty daného

¹⁴ Přibližně 2 400 kilometrů muselo putovat průměrné jídlo, které najdeme na talíři obyvatele ze západní země [Cavanagh; Mander, 2004: 217].

¹⁵ O tomto problému pojednává například Schumacher v knize Malé je milé [Schumacher, 2000].

produktu na životní prostředí.¹⁶ Metoda porovnává produkt vzhledem k jeho funkci. Jejím cílem je definování a vyčíslení všech environmentálních dopadů spojených s produktem, nalezení zlepšení životního cyklu produktu nebo uplatnění produktu s nižším dopadem na životní prostředí. Tento přístup je někdy nazýván jako hodnocení „od kolébky ke hrobu“. Zkoumá se tímto tedy celý proces. Od materiálů využitých při výrobě, technologií výroby, přepravy výrobků, environmentálních dopadů využívání produktu, až po dopady závěrečné likvidace produktů [Šauer, 2007: 96]. Přičemž za životní cyklus produktu rozumíme právě všechny procesy, které se podílejí na vzniku produktu, jeho použití a likvidaci. Vychází se z předpokladu, že každý produkt je svázán s prostředím svými vstupy, ale i výstupy. Z porovnávaných produktů se stávají systémy procesů, které jsou součástí jejich životních cyklů, a nazýváme je produktovými systémy. Dopad na životní prostředí je spojován s toky energií, materiálů a s využitím území mezi produktovým systémem a životním prostředím. Obecně lze říci, že každý produkt ovlivňuje své prostředí po celé trvání svého životního cyklu. Každá z fází tohoto životního cyklu ovlivní životní prostředí jiným způsobem a životní cykly produktů jsou proměnlivé i z hlediska času. Jeden produkt může mít mnoho variant životního cyklu, které se mohou v rámci metody porovnat, a následně se vyhodnotí varianta nejšetrnější k životnímu prostředí. Metoda LCA je upravena normami ISO řady 14040 a je to standardizovaný systematický postup, který umožňuje porovnání výsledků, základní kontrolu kvality dat a porovnání vlivů na životní prostředí. V současnosti je tato metoda využita také při snaze o ovlivnění spotřebitelů či politiků [VSKP].

Ekonomická globalizace zapříčinila delokalizaci a oslabení lokálních komunit a ekonomik. Stále velké procento lidí na světě přežívá díky lokálním činnostem, jako je farmaření, lokální trhy, místní produkce pro lokální spotřebu. Tento tradiční systém umožňuje získat kontrolu nad jejich ekonomickým a potravinovým zabezpečením, a také to umožňuje životaschopnost jejich komunitám a kultuře. Mnoho zdrojů obživy i v rozvinutých zemích je spojeno s lokální ekonomickou produkcí. Právě to ekonomická globalizace postupně odbourává ve prospěch hospodářství založeného na exportu a kontrolovaných globálních korporací. To přináší destrukci lokálních zdrojů obživy, komunitní soběstačnosti a lokálního zaměstnávání [Cavanagh; Mander, 2004: 83].

Globalizace v potravním systému přinesla důraz na export, globální korporace,

¹⁶ O tomto problému pojednává například studie „Porovnávání environmentálních dopadů nápojových obalů v ČR metodou LCA“ [Tichá; Černík, 2006].

hypermarkety, supermarkety, franšizy, které umožňují zákazníkům v různých zemích nákup podobných produktů. Johanisová uvádí že, hypermarkety svou nákupní politikou způsobují některým dodavatelům nemalé problémy a v tom nejhorším případě i jejich krach. Nákupní cenu tlačí neustále dolů, několikrát ji změni a zemědělci se potýkají se ztrátami [Johanisová, 2008: 74-75].

Každý utracený dolar v Americe za jídlo znamenal v roce 1910 čtyřicet centů pro zemědělce a zbytek peněz putoval obchodníkovi a dodavatelům energie, hnojiv, semen apod. Dnes získá jen osm centů farmář, devatenáct centů obdrží dodavatelé a zbylých sedmdesát tři obchodník. Tato větší suma peněz pro obchodníka, ale nemá nic společného s lepší chutí, nutriční hodnotou či čerstvostí jídla. Tyto peníze jsou utraceny především na obalový materiál, převoz, chlazení či reklamu produktů [Shuman, 2006: 71-72].

Dřívější dlouhodobé strategie farmářů, jako bylo poskytování potravy nejbližším a předat hospodářství dalším generacím, se dnes proměnily na krátkodobé strategie komerčních farmářů orientovaných na zisk. Této změně napomohly zásahy ve druhé polovině 20. století. Šlo o zemědělské politiky, primárně motivované snahou zajistit stabilní a dostatečnou potravinovou produkci. V Evropě byly zrealizovány projekty zemědělské politiky na národní i nadnárodní úrovni. Úspěchem pro průmyslové zemědělství, bylo zvýšení produktivity ve formě zemědělských výstupů. Kvůli úzkému zaměření na ziskovost, došlo k opomenutí environmentálních a sociálních souvislostí zemědělství, což vedlo k celé řadě problémů. První negativní reakce týkající se těchto zemědělských postupů, se začaly objevovat v 50. a 60. letech 20. století. Ty rozpoutaly diskuzi o udržitelnosti zemědělských a potravinových systémů a na konci 80. let se pak udržitelným praktikám v zemědělství začíná věnovat více pozornosti i kvůli vytvoření konceptu trvale udržitelného rozvoje. Začátkem 90. let se pohled na zemědělství měni a objevují se názory o nutnosti využívání obnovitelných zdrojů energie a teorie o globálním oteplování [Pepřík, 2014: 7-8].

V současnosti se k protikladu k takzvanému komerčnímu či, jak jej nazývá Moldan, konvenčnímu zemědělství, které poskytuje většinu potravinové produkce, uplatňuje ekologické zemědělství. To upřednostňuje environmentálně šetrné postupy. Celkově ale není chápáno jako náhrada konvenčních metod, protože produktivita je nižší. Právě kvůli podpoře Evropské unie a vlády České republiky se ale u nás ekologické zemědělství dobře rozvíjí [Moldan, 2009: 60]. Podle Martina Ehla „z hlediska globalizace ekonomiky jsou dotace do jakéhokoli odvětví ochrannářským opatřením před vnějšími vlivy. V případě

západoevropských zemědělců jde o obranu před masivní produkcí severoamerickou a levnými potravinami východoevropskými. Ochrana zemědělského trhu v západní Evropě je jedním z příkladů, jak ti, kteří hovoří o globalizaci a volném trhu, konají v jeho neprospěch“ [Ehl, 2001: 54].

3 Ekonomický růst

Naše společnost se neustále snaží docílit většího pokroku a ekonomického růstu. Ekonomický růst měřený ukazatelem HDP, je často spojován s blahobytem společnosti, ale vyskytuje se vůči němu i řada kritik a výhrad.

Podle kritiků, ekonomický růst ne vždy musí automaticky znamenat prosperitu společnosti. Někdy dokonce odvádí pozornost od materiálních důsledků ekonomického růstu, které vedou ke změnám klimatu, vyčerpání ropy, nedostatku vody, zhroucení rybích populací, chronické ztrátě biologické rozmanitosti, a k celkové degradaci životního prostředí - pro současné i budoucí generace. Například, v poslední čtvrtině tohoto století se globální ekonomika zdvojnásobila, zatímco přibližně u 60 % ekosystémů došlo k jejich degradaci [Jackson, 2009: 16, 6].

V roce 2012 se jedním z ústředních témat summitu s názvem Rio+20 stala zelená ekonomika, jako nový impuls pro udržitelný rozvoj, a sní i otázka, zda právě zelená ekonomika má, či nemá být rostoucí. Podle míry radikality můžeme rozpoznávat tzv. silnou udržitelnost, která předpokládá, že je možný ekonomický růst a současně i snižování jeho nežádoucích environmentálních dopadů a to především díky technologickému pokroku a inovacím. Další přístup tzv. silné udržitelnosti vidí v pokračujícím ekonomickém růstu příčinu potenciálně nevratného poškození ekosystémů. Zdůrazňuje naopak závislosti ekonomického systému na tom přírodním a omezenou dostupnost přírodních zdrojů. Mezi jedny z prvních kritiků ekonomického růstu se řadí autoři zprávy z roku 1972 Římského klubu, která nesla název Meze růstu. Zde se uvádí, že při nárůstu spotřeby a současně při omezených zásobách nerostných surovin se jejich nedostatek bude růstem časem limitovat. V 80. a 90. letech v souvislosti s environmentálními limity růstu se množí kritiky hrubého domácího produktu (HDP). Což je ukazatel ekonomického růstu, který měří bohatnutí v podobě nárůstu hodnoty produkce, ale nezapočítává právě environmentální a sociální dopady. HDP vyjadřuje pouze finančně ohodnocenou produkci

a nepokrývá nepeněžní nebo neformální ekonomiku. S růstem HDP tak může dojít i ke snížení kvality života, zhoršení pracovních podmínek, zásahu do sociálních vazeb [Fraňková, 2012: 2].

První kritiky ale můžeme najít již v třicátých letech minulého století, kdy ekonom a držitel Nobelovy ceny Simon Kuznets poukázal na fakt, že růst či pokles HDP nevypovídá příliš o samotné kvalitě života obyvatel. Koncept hrubého domácího produktu je celosvětově hojně využíván i díky možnosti mezinárodního srovnávání. Ve většině případů, pokud se mluví o tom, jak je na tom společnost, uvede se nejdříve pokles či růst HDP. Tento index je někdy mylně interpretován jako ukazatel blaha národa. HDP totiž sleduje roční finanční toky v národním hospodářství bez ohledu na to, čeho se týkají. Jak již bylo zmíněno, velkou slabinou HDP je, že nepokrývá celou hospodářskou oblast a tak pro reflektování ekonomického růstu či poklesu není úplně vyhovující. V důsledku těchto výhrad byly vytvořeny další ukazatele, které by lépe zrcadlily ekonomický, společenský i ekologický stav zemí. Významným pokusem přehodnotit výpočet národního produktu bylo vytvoření ukazatele ekonomického blahobytu (MEW), kterým byly opraveny nejzávažnější nedostatky HDP. Další diskuze o doplnění HDP nastaly v devadesátých letech minulého století po vytvoření indexu lidského rozvoje (HDI) Organizací spojených národů. Tento ukazatel kombinuje HDP s údaji o zdraví a vzdělání. Tento index je použitelný pro porovnání rozvojových zemí a díky pravidelnému mezinárodnímu srovnávání je důležitým prvkem v debatě o mimoekonomických rozměrech kvality života. Sestavením indexů se zabývají i další mezinárodní organizace. Například OECD dala vzniknout mezinárodnímu projektu, který měří pokrok společností, Světová banka vytvořila index, který zahrnuje sociální a ekologické ukazatele a další organizace měří ekologickou stopu. Množství alternativních indikátorů blahobytu vzrostl mezi lety 1992 až 2002 z přibližně deseti na trojnásobek. Tento nárůst alternativních indikátorů je patrně důsledkem tří hlavních faktorů. Tím prvním je, že nepříznivý vliv hospodářské činnosti na životní prostředí je evidentnější a tak je nutné v rámci národních účtů pracovat s negativními externalitami.¹⁷ Druhým faktorem je kladení většího důrazu na postmateriální hodnoty jako je zdraví, kvalita života apod. Třetím pak fakt, že lidé si čím dál více uvědomují, že často není žádná souvislost mezi růstem HDP a růstem příjmů [Čáslavka, 2010: 5-7].

¹⁷ Externalita představují vztah mezi dvěma nebo více ekonomickými subjekty, kdy jeden subjekt svojí výrobou nebo spotřební činností ovlivňuje výrobu či spotřebu jiného subjektu. O negativní externalita jde v případě, že daný subjekt nenese plně náklady svojí činnosti a vyvolává je u jiných subjektů. O pozitivních externalitách mluvíme v případě, kdy subjekt si nemůže přisvojit všechny výnosy ze své činnosti a získá je jiný subjekt [Šauer, 2007: 26].

„Jak se zdá, lidské společnosti na celém světě dnes vládne ekonomie a s ní hlavní ukazatel ekonomického výkonu jednotlivých zemí, regionů nebo i jednotlivých měst – hrubý domácí produkt. Pečlivě se sleduje jeho velikost a zejména rychlost jeho růstu či poklesu. HDP se stal přímo politickým fetišem. Přesto, nebo právě proto, jsou proti tomuto uznávanému ukazateli mnohé výhrady“ [Moldan, 2010: 3].

Klíčovým argumentem o míře závislosti pocitu štěstí či životní spokojenosti na výši HDP je tzv. Easterlinův paradox, se kterým přišel v roce 1974 ekonom Richard Easterlin. Poprvé tak potvrdil předpoklad, že mezi výší HDP a mírou pocitu životní spokojenosti neexistuje přímá závislost. Po dosažení určité úrovně totiž pocit spokojenosti dále neroste. Čili stále se zvětšující bohatství člověka šťastnějšího neučiní [Fraňková, 2012: 2-3].

Za jedním z nejznámějších pokusů o překonání ukazatele HDP můžeme najít komisi složenou z významných ekonomů a sociologů v čele s nositelem Nobelovy ceny Josephem Stiglitzem. Tato komise navrhla usilovat o souhrnný index kvality života a udržitelnosti. Dále, mimo doporučení jednotlivým zemím o diskutování tohoto problému, doporučila sledování nerovnosti v přístupu k veřejným službám a měření příjmů více než samotné měření produkce. Dalšími aktivitami v tomto směru jsou například doplnění a dílčí statistiky Evropské komise, které mají směřovat k ucelenějšímu a propojenějšímu sociálnímu, environmentálnímu a hospodářskému účetnictví. Toto počínání Evropské komise sice nemá za primární cíl přímo nahradit HDP, ale pro následný vznik nového ukazatele jsou tyto snahy zásadní. Jedná se zejména o doplnění HDP o ukazatele sociální a životního prostředí, přesnější podávání zpráv o rozdělování a nerovnostech, vypracování evropské hodnotící tabulky udržitelného rozvoje, včasné podávání informací a rozšíření národních účtů. Evropská rada vyzvala jednotlivé země o rozšíření národních účtů o hlavní hlediska udržitelného rozvoje. Tímto by měla vzniknout integrovaná základna informací [Čáslavka, 2010: 7-9].

Ve světě s konečnými limity není nekonečný růst možný. S tímto tvrzením často souhlasí i přívrženci ekonomického růstu, ale tento problém se podle nich dá řešit díky inovacím a technologiím. K tomuto přesvědčení je přivedl fakt, že v některých zemích HDP roste, zatímco spotřeba zdrojů a energie stagnuje. Ačkoliv někdy technologický pokrok umožní snížit spotřebu materiálů nebo energii na jednotku výroby, nedojde k absolutnímu decouplingu, což je růst objemu produkce s absolutním snižováním celkového objemu spotřeby materiálů či energie, ale jen k relativnímu decouplingu. Zásadní roli má v této situaci tzv. Jevonsův paradox, který může nastat, když vyšší

energetická či materiálová efektivita přinese vyšší spotřebu. Spotřeba se zvýší kvůli nižší ceně výsledného výrobku a to díky nižším nákladům v důsledku materiálových nebo energetických úspor [Fraňková, 2012: 6]. Nižší cena výrobku tedy umožní více lidem, aby si daný výrobek koupili.

„Dilema růstu“ tkví podle Tima Jacksona ve dvou věcech. První je, že ekonomický růst, v podobě jak existuje dnes, je neudržitelný. Druhé dilema se týká ne-růstu, který je nestabilní. Protože klesající spotřebitelské poptávka by vedla k rostoucí nezaměstnanosti, klesající konkurenceschopnosti a k recesi [Jackson, 2009: 46].

Hledání jiných forem fungování ekonomiky, které by nelpěly na ekonomickém růstu, se rozvinulo na přelomu tohoto století především ve Francii, Španělsku a Itálii. Vzniklo přímo hnutí udržitelného ne-růstu, které se snaží o sociální a environmentální udržitelný nerůst, kdy objem ekonomické produkce by se měl v rozvinutých zemích snížit a ustálit se na určité úrovni. Opatření, které toto hnutí navrhuje, jsou například samozásobitelství, různé formy sdílení jako je spolubydlení, omezení délky pracovní doby, podporu lokálních měn apod. [Fraňková, 2012: 3-4].

Dle Tima Jacksona dává určitý druh „zelené“ stimulace dokonalý smysl, a to jak v oblasti zachování a ochrany pracovních míst tak i při vytváření přechodu na nízkouhlíkovou ekonomiku. Za současných okolností, kdy víme, že výdaje ve veřejném sektoru jsou potřeba, aby se zabránilo zhroucení ekonomiky, je naprosto nezbytné jejich správné použití. Je zapotřebí, aby se masivně investovalo do environmentálně šetrných technologií pro dosažení udržitelnost [Jackson, 2009: 72].

4 Lokalizace

Globalizace je proces, se kterým se v současnosti potýkáme a dlužno dodat, že pro mnohé má negativní konotace. Proto rostou snahy o nalezení alternativ k tomuto procesu. Johanisová uvádí, že obliba lokalizace, jakožto alternativy ke globalizaci, roste a myšlenky na podporu „lokálního“ můžeme nalézt už začátkem sedmdesátých let minulého století. V lokalizaci totiž na rozdíl od globalizace nacházíme pozitivní nádechy. Jedná se o všestrannou podporu místní spotřeby, výroby i investic [Johanisová, 2008: 54-55].

Lokalizaci lze též jinak definovat jako klíčový princip, který je tedy v protikladu ke

globalizaci. A dochází v něm k určité diskriminaci ve prospěch lokálního [Cavanagh; Mander, 2004: 77, 151]. S tímto upřednostňováním a snad i s uzavřeností ekonomiky mohou souviset i některé kritiky. Colin Hines ale uvádí, že proces lokalizace neznamena striktní oddělení od světa. Znamená spíše zaměření se a pečování o místně vlastněné podniky, které využívají místní zdroje, zaměstnávají místní občany a slouží lokálním trhům [Hines, 2000: 28]. Cílem lokalizace tedy není vyloučit veškerý obchod. Jde spíše o omezení takového obchodování, které není úplně nutné. A také jde o podpoření změn, jež vedou k posílení a diverzifikaci ekonomik jak na komunitní, tak i na národní úrovni. Druh produkovaného zboží, stupeň diverzifikace, a růst či pokles obchodu je pak v každém regionu různý [Norberg-Hodge a kol., 2002: 113]. Určování výhod a nevýhod lokalizace je obtížné a závisí do značné míry na hodnotových předpokladech každého. Například v sociálních aspektech lokalizace lze určit za výhodu propojení s komunitou, pocit bezpečí a sounáležitosti. Na druhé straně tato výhoda může být spatřována jako zápor. A to kvůli větší kontrole v komunitě či omezování svobody. Další nevýhody lokalizace, které mohou její kritici spatřovat, jsou například obavy o dopad cen na zboží a služby, snížení konkurence a efektivity, možnost místních monopolů, menší různorodost dostupných výrobků a služeb, obavy o uspokojení poptávky, menší tlak na inovace, menší možnost specializace, omezené zdroje apod. [Fraňková, 2015: 93-120].

V globalizaci nejde jen o procesy postupující shora dolů, tedy o vytváření jediného globálního celku, ale také o lokalizaci, která má často podobu regionalizace. „Moc tedy nejen vsakuje dolů, ale také vzlíná nahoru. Akce vyvolává reakci, globalizace stimuluje lokalizaci. Jsou to procesy spontánního, neuvědomělého hledání rovnováhy. V procesu postupující globalizace, tedy „zestejňování“, roste potřeba po uspokojení pocitů přináležetosti k něčemu právě osobitému a přitom přehlednému, známému, konkrétnímu, k něčemu vlastnímu, našemu“ [Pithart, 2011: 160].

Je tedy nezbytné vytvořit nová pravidla a struktury, které by pomáhali „lokálnímu“ a následovali princip subsidiarity, což znamená, že jakékoli rozhodnutí a aktivity by měli být prováděny lokálně. Pokud tedy daná věc nevyžaduje rozhodnutí na vyšší úrovni. Subsidiarita respektuje takovou suverenitu, která směřuje od lidí. Rozhodovací moc má tedy směřovat od nejmenší možné úrovně. Čili, z regionu na stát a až nakonec na celosvětovou úroveň [Cavanagh; Mander, 2004: 83]. Pokud tyto požadavky nemohou být na dané úrovni splněny, má se moc a aktivity posunout v rozhodovacím procesu výš. To se týká, například globálních problémů jako je změna klimatu. Činnosti, které by zabránili

tomuto jevu, nemohou pocházet čistě z lokální úrovně. Takovéto problémy vyžadují rozhodování na globální úrovni. Rozhodování na místní úrovni může přinést zaměření se na dlouhodobější plánování a skutečné řešení palčivých problémů místních lidí.

Pro posunu od „globálního“ k „lokálnímu“ by měli nastat změny na mezinárodní, národní a především lokální úrovni. K těmto změnám by mělo dojít v legislativní oblasti. Cavanagh a Mander uvádějí několik klíčových změn, které by mohli pomoci v tomto posunu. Jedná se například o prosazování cla a kvót pro import, což by samozřejmě neznamenalo úplné vyloučení dovozu, ale postupovalo by se podle principu subsidiarity, který byl naznačen výše. Dále se jedná o lokalizování potravinové regulace a standardů či eliminaci přímých exportních dotací a dumpingu, ale také o celkovou změnu směřující z lokálních iniciativ. V případě se to může týkat například kampaní, které podporují nákup lokálních potravin, farmářské trhy ale i lokální měny (např. LETS) či komunitní banky [Cavanagh; Mander, 2004: 221-229].

Příkladem organizace, která má za cíl podpořit systémový odklon od ekonomické globalizace směrem k lokalizaci je Local Futures¹⁸ - společnost pro ekologii a kulturu, v čele se známou propagátorkou lokalizace Helen Norberg-Hodge. Prostřednictvím rozličných programů se snaží o rozvoj spolupráce, která vede ke strategickým změnám na úrovni komunit i mezinárodní úrovni. Tato organizace začínala před třiceti lety jako „The Ladakh Project“ v himálajské oblasti Ladakh a zpočátku byla zaměřena na podporu tamní domorodé kultury. Zprostředkovávala zde informace, které umožnily vyvážit zidealizované představy o spotřební kultuře, které se dostaly do regionu prostřednictvím cestovního ruchu.¹⁹ Local futures zastává názor, že současná společnost se ubírá špatným směrem. Skrze politiky, některé ekonomy a obchodníky jsme neustále tlačeni směrem k většímu růstu, zatímco ignorujeme devastaci přírody ale i naší kultury, tradic a dalších sociálních hodnot. Spíše než pokoušet se vyřešit každý problém skrze rostoucí ekonomiku, měli bychom se zaměřit na splnění lidských a ekologických potřeb skrze posílení vazeb s naším okolím a přírodou. Mimo jiné je Local futures zakládajícím členem Mezinárodního fóra o globalizaci (IFG), Globální síť ekovesnic a Mezinárodní aliance pro lokalizaci [Localfutures.org].

Michael Shuman pokládá za důležité začít posun k lokalizaci už u nás samotných.

¹⁸ Společnost se v roce 2014 přejmenovala z Mezinárodní společnosti pro ekologii a kulturu, neboli ISEC na Local Futures [Local Futures.org].

¹⁹ Za svou práci pro udržitelný rozvoj v tomto regionu byla v roce 1986, zakladatel a ředitel Helena Norberg-Hodge oceněna [Local Futures.org].

Změnit naše nákupní zvyky, náš životní styl a spotřební vzorce jako takové. I malé změny v těchto aspektech života každého člověka jsou důležitým krokem k lokalizaci. Každý den, každou hodinu utrácíme své peníze za dopravu, pití, jídlo, oblečení, zábavu a máme možnost ovlivnit, kam naše finance poputují. Samozřejmě, že v dnešní společnosti už patrně nejsme schopni každou korunu utratit lokálně. Ale můžeme o tom přemýšlet a snažit se pro to dělat to, co je v našich možnostech. Shuman navrhuje deset způsobů, jak by mohl každý z nás přispět k lokalizaci. Prvním způsobem je využívání lokálních zdrojů energie pro domácnost, jako je dřevo, sluneční energie apod., a také píše o lokalizování domácnosti například tím, že nájemce či nájemník bude ze stejné lokality. Dále navrhuje pít lokálních druhů alkoholu a přestat s kouřením, využívat místních autoopraven a servisů, snížit na polovinu dopravu autem, přispívat místním charitám, využívat místní zdravotnickou péči, vyhledávat lokální zábavní podniky, kupovat čerstvé lokální potraviny a stravovat se v lokálních restauracích místo ve velkých fast-food řetězcích, které zvyšují závislost dětí ale i dospělých na cukru a jídle plném soli a tuku a tím pádem i riziko nadváhy a obezity [Shuman, 2006: 97-106].

V souvislosti s lokalizací zároveň vyvstává otázka, jak určit co je vlastně „místní“? Definice „lokálního“ je nejednoznačná. Může to být obec, region, celý stát či více států a toto určení bude záviset na dohodě [Johanisová, 2008: 54]. Z hlediska sociální sféry mohou mnozí jako „lokální“, označit oblast k nejbližší škole, zdravotnímu zařízení, nejbližší vesnici či městu. Zároveň nemusí být v jednotě ani politická kontrola „lokálního“ s geografickou. Z pohledu zboží a služeb jsou měřítka taktéž různá. U průmyslu se jedná nejčastěji o oblast státu, ale pro zemědělské zboží to bude mnohem menší měřítko [Hines, 2000: 29-30].

Ekonomická lokalizace může pomoci právě při problémech, které s sebou globalizace přináší. Z globálního pohledu je lokální ekonomika více stabilní, dochází v ní k menšímu plýtvání zdrojů či energií, a konečně představuje menší pravděpodobnost negativních externalit, mnohdy přináší naopak externality pozitivní. V procesu lokalizace se setkáváme s kladením důrazu na místní tradice, vztahy, samozásobitelství a místní přírodní podmínky. Tento proces dále umožňuje větší diverzitu podniků a využití i jindy méně výhodných a však pro dané místo klíčových zdrojů [Johanisová, 2008: 55-57]. Skrze lokalizaci tedy může dojít ke snížení negativních environmentálních a sociálních dopadů, které nejsou přesouvány do jiných oblastí. Rovněž umožňuje větší propojení člověka s místem, kde žije, přírodou jako takovou a v neposlední řadě posiluje sociální vazby mezi

jednotlivými aktéry.

4.1 Potraviny a lokalizace

Jídlo je primární potřebou každého člověka, kdekoliv na zemi. Je přirozenou součástí našeho každodenního života. Metody, postupy či nástroje používané při chovu zvířat a pěstování plodin se předávají z generace na generaci, mohou se lišit region od regionu, napříč zeměmi. Stejně tak se odlišuje i používání ingrediencí, recepty, názvy pokrmů a kultura stolování. To vše diverzifikuje lokality a dodává jim osobitý ráz. Nejde zde jen o uspokojování primární potřeby ale o společenské události, kulturu a tradice. Lokalizace v souvislosti s potravinami může všechny tyto aspekty posílit, na rozdíl od unifikace v globalizovaném potravním systému, kdy se skrze koupi jídla na jednom či druhém světovém kontinentu, například ve fast-food řetězcích, můžeme těšit na přesně tu samou chuť housky s plátkem masové hmoty.

Podle velkých nadnárodních korporací je industriální zemědělství více efektivní než tradiční farmaření, což umožňuje velkou příležitost při boji proti hladovění lidí. Dosud ale všechny průzkumy ukazují, že je tomu právě naopak. Ona zmiňovaná efektivita industriálního zemědělství má skryté negativní důsledky a je uměle udržovaná jen díky soustavným vládním dotacím. A právě to neřeší, ale spíše způsobuje více hladu a nedostatku potravin v určitých komunitách. Průzkumy ukazují, že počet lidí trpících hladem roste rychleji než celosvětová populace a dnes tento počet čítá přibližně přes 800 000 000 hladovějících [Cavanagh; Mander, 2004: 210-214]. Tento problém s sebou nese různé možnosti řešení. Jedním z nich jsou právě lokální potravinové systémy.

Lokálně adaptované potravinové systémy jsou orientované na místní a regionální spotřebu s menšími vzdálenostmi mezi producentem a spotřebitelem, kteří jsou mnohdy propojeni. Lokálně adaptované potravinové systémy se rozvinuly ve specifických sociálních, ekonomických a environmentálních podmínkách. Často tedy připomínají ty v tradičních kulturách. Lokálně vypěstované produkty nabízejí čerstvost, výraznější chuť, a díky svému původu jsou pro místní lépe stravitelné a z hlediska celkových výživových hodnot či složením jsou pro organismus tamějších obyvatel vhodnější. Téma lokálních trhů a potravin má také rozvojový rozměr. Místo aby potravinová produkce v rozvojových státech cílila na pokrytí potřeb místního obyvatelstva, je produkce potravin mířena

především pro vývoz do USA nebo do evropských zemí. Hlavním prvkem pro potravinovou situaci těchto zemí nejsou velkofarmy specializující se na vývoz, ale právě drobní zemědělci, kteří jen s velkými obtížemi čelí konkurenci dotovaných levných potravin z Evropy. Místní producenti často čelí konkurenčním tlakům nadnárodních korporací, kterým nemohou odolávat cenou ani vyprodukovaným množstvím, i když tyto místní produkty jsou často mnohem kvalitnější. Regionálním zemědělcům mnohdy pomůže i daný stát, a to finančními dotacemi či upřednostňováním. Můžeme se setkat se vznikem projektů na podporu lokálních potravin a zboží. Takovýto vývoj společně s dlouhodobým zaměřením na vysokou kvalitu a potravinovou bezpečnost, se může podílet na a tvorbě či zachování pracovních míst a na uchování tradiční výroby. [Pepřík, 2014: 5-9].

Komoditou, která každé komunitě poskytuje stabilitu a zabezpečení, jsou potraviny. Konkrétně se jedná o jejich množství ale také o potravinovou bezpečnost. Jak bylo zmíněno výše, globální trh a jeho pravidla upřednostňují zemědělský industriální model, který znamená velké problémy pro menší farmáře, kteří vytvářejí lokální produkty. Jen malý počet korporací má dnes pod kontrolou produkci potravin a tím je ohrožena bezpečnost milionů lidí. Navíc jen pro podpoření svých obchodních politik korporace utrácejí ročně miliony dolarů na lobování, marketing a reklamu. Aby tyto politiky fungovaly a aby se dosáhlo co největší efektivity, využívají se pesticidy a monokultury, které poskytují zboží na export. To vše má ale dalekosáhlé důsledky, jež mohou znamenat nová ekologická a zdravotní rizika. Jedněmi z nových pravidel, které by měl tak trh v souvislosti se zemědělstvím pochopit je, že právě potravinová produkce pro místní komunity by měla být na vrcholu žebříčku hodnot. A že potravinová soběstačnost a příslib zdravých a bezpečných potravin by měly být chápány jako základní lidská práva [Cavanagh; Mander, 2004: 98, 209-2010].

Mnoho restaurací v dnešní době vyzdvihuje lokální potraviny. Celosvětové hnutí „Slow food“, které vzniklo v Itálii, zdůrazňuje ale kromě čerstvých surovin i sociální důležitost kvalitních pokrmů a stolování [Shuman, 2006: 72]. „Cílem hnutí se stalo vytvořit paralelu ke globální subkultuře fast food, průmyslové velkovýrobě potravin a standardizaci prostřednictvím chemických chutí. Hnutí Slow Food si rychle získalo příznivce na celém světě. Je to důkaz, že stále více vzrůstá zájem lidí o problematiku jídla a pití, potravinové produkty a způsoby jakým se dostávají na náš stůl“ [Slow Food, 2009].

Ekonomická lokalizace a lokalizace potravinového systému podporuje ekonomické,

environmentální a sociální aspekty udržitelnosti. Pokud nebudeme nakupovat potraviny, které mají větší ekologickou stopu v supermarketech či hypermarketech, ale u místního producenta, spotřeba energie, zdrojů, obalových materiálů apod. klesne. Lokální zemědělci by tak mohli rozvíjet svou činnost, utratit vydělané peníze v dalších lokálních obchodech, zaměstnávat místní občany a tak by mohlo dojít k celkovému rozvoji místní ekonomiky, služeb a lokality celkově.

Helena Norberg-Hodge ve svém článku shrnuje méně viditelné výhody lokálních potravin v sedmi bodech. Jedná se o čerstvost a zdravější hodnoty místních potravin, které jsou v průměru desetkrát výživnější než konvenčně pěstovaná zelenina v supermarketech. Dále se jedná o prodej místních potravin, který snižuje počet prostředníků v tomto procesu, a proto se zvyšují příjmy zemědělců a někdy dochází i ke snížení ceny samotné potraviny. Místní potravinové systémy vedou k posílení lokální ekonomiky tím, že poskytují pracovní příležitosti, podporu místních obchodů, a zabraňují odčerpání financí ke vzdáleným investorům a korporacím. Místní potravinové systémy také podporují zemědělce, diverzifikují jejich produkci. Díky rotaci plodin při sázení, se může ustoupit od nebezpečných pesticidů a vedlejší produkty či odpady jako je hnůj a rostlinné zbytky mohou nahradit chemická hnojiva. Dále se snižuje potřeba nákladných vstupů, a dochází k diverzifikaci zemědělství, které je méně náchylné k velkým ztrátám způsobených škůdci či mimořádnými jevy. Další výhodou lokálního potravinového systému je, že menší zemědělci zvyšují celkovou produktivitu, protože menší farmy jsou v průměru na akr produktivnější, než větší zemědělské podniky. Poslední výhodou, kterou Helena Norberg-Hodge uvádí, jsou podstatně lepší chovné podmínky zemědělských zvířat, který jsou méně dopovaná antibiotiky [Norberg-Hodge, 2010].

5 Glokalizace

Pro doplnění témat globalizace a lokalizace, je nutné uvést také pojem glokalizace. Pojem glokální a od toho odvozený proces glokalizace vznikl, jak už název napovídá, propojením slov lokalizace a globalizace. Glokalizace spojuje myšlenku globalizace s přihlédnutím k lokálním podmínkám.

Podel Rolanda Robertsona glokalizace označuje nový výsledek místních podmínek vůči globálním tlakům. Dochází ke globalizaci lokálního ale i k lokalizaci globálního.

Myšlenka glocalizace byla vytvořena po vzoru japonské „dochakuka“, což byl původně zemědělský princip, který znamenal přizpůsobení zemědělské techniky místnímu klimatu. Tento princip byl přijat v japonském podnikání a využíval se pro globální postoje, adaptované na konkrétní lokalitu. Přesněji řečeno, výrazy glocalní a glocalizace byly součástí žargonu podnikání během 80. let 20. století a jejich původ nalezneme v Japonsku. Myšlenka glocalizace ve smyslu obchodním, úzce souvisí s tím, co se v některých kontextech nazývá hledisko mikromarketingu. Čili přizpůsobení globálního měřítka reklamy zboží a služeb, na stále více diferencované místní trhy [Robertson, 1995: 27-33].

Globalizace může v určitém, smyslu znamenat i posílení místního nebo s ním může jít ruku v ruce, stejně tak, jako v hesle: "Mysli globálně, jednej lokálně“. Tento způsob tandemového fungování místní/globální dynamiky, globální lokalizace či glocalizace, je důležitý například v případě menšin, které apelují u místní správy na nadnárodní standardy v oblasti lidských práv, nebo také u domorodých národů, které najdou podporu místních požadavků u nadnárodních organizací a jejich sítí [Pieterse, 1995: 49].

6 Udržitelný rozvoj

Udržitelným rozvojem se stále častěji zabývají vědci i politici a státní i nestátní organizace. Toto téma je tak často diskutované snad i kvůli rostoucím environmentálním či ekonomickým krizím a nestálé bezpečnostní a politické situaci.

V roce 1983 ustanovilo Valné shromáždění OSN Světovou komisi pro Životní prostředí a rozvoj, která měla prozkoumat vztah mezi hospodářským rozvojem a ochranou životního prostředí. Tato komise vydala v roce 1987 pod vedením norské ministerské předsedkyně Gro Harlem Brundtlandové závěrečnou zprávu s názvem Naše společná budoucnost. Ze závěrečných doporučení zprávy vyznívá, že ekonomický rozvoj se nesmí zastavit, ale je potřeba změnit jeho podobu tak, aby se stal trvale udržitelným. Udržitelný rozvoj je dále podle zprávy takový způsob rozvoje, „který zajistí naplnění potřeb současné generace, aniž by byla ohrožena možnost naplnění potřeb generací příštích“ [Moldan, 2009: 91-94].

Po vyslovení myšlenek trvale udržitelného rozvoje, bylo nutné jeho principy rozpracovat. To se stalo v roce 1992 na Summitu Země v Riu de Janeiro. Z konference vyplynul akční plán nazvaný Agenda 21. Jelikož má velké množství problémů

zmiňovaných v Agendě 21 svůj původ na regionální a lokální úrovni, byla vytvořena Místní agenda 21 (MA21), čili provedení Agendy 21 na místní úrovni. Místní agenda 21 je vlastně nástrojem pro uplatnění a realizování principů udržitelného rozvoje na místní a regionální úrovni. Důraz je zde kladen na rozhodování a plánování dalšího rozvoje regionu nebo obce. Především s účastí a ve spolupráci s veřejností, neziskovými organizacemi, podnikateli a dalšími subjekty [CENIA, 2013].

Hlavními aktéry udržitelného rozvoje daného místa, jsou subjekty a instituce uvnitř území. Každý počáteční výdaj subjektů či institucí znamená vytvoření a následné zvýšení poptávky, což má finanční přínos pro danou lokalitu.

Tento multiplikační efekt zachycuje právě i lokální multiplikátor, který je předmětem další části této práce. Lokální multiplikátor lze použít právě jako indikátor udržitelného rozvoje vybraného místa. „Lokální multiplikátor je tedy skutečně indikátorem udržitelného rozvoje v tom nejhlubším smyslu: lokálního ekonomického rozvoje, který snižuje své nechtěné ekologické a sociální dopady namísto toho, aby je exportoval do méně ekonomicky slabších krajín, kde na nás pracují ženy a děti v robotárnách za směšné částky, či které dokonce zmizí pod vodou v důsledku stoupající mořské hladiny, jak se již dnes děje některým tichomořským ostrovům v důsledku globálního oteplování [Kutáček, 2007: 9].“

6.1 Regionální rozvoj

Trvale udržitelný rozvoj je stavěn na třech pilířích a jejich sladění. Jde o pilíř environmentální, ekonomický a sociální. Právě i z konceptu trvale udržitelného rozvoje vychází základní koncepční dokument České republiky pro sféru regionálního rozvoje. Je jím Strategie regionálního rozvoje ČR (v současnosti pro období 2014-2020).

Tento dokument je nástrojem pro realizace regionální politiky, a také zkoordinování dalšího působení ostatních veřejných politik pro regionální rozvoj. Kromě koordinace regionálních politik, je zde kladen velký důraz na využití rozvojových nástrojů a na posílení role důležitých aktérů v regionálním rozvoji. Pro strategii regionálního rozvoje je velmi podstatné chápání regionální politiky. Ta se dá definovat jako: „soubor intervencí, které ovlivňují rozložení ekonomických aktivit v území, k rozvoji infrastruktury a ke snížení nerovnováhy v sociálním rozvoji. Důležitá je vzájemná vazba s dalšími

podpůrnými státními politikami, například se sociální politikou a s průmyslovou politikou. Dochází také k zohledňování regionální dimenze v rámci sektorových politik. V rámci regionální politiky EU jde o koordinaci národních regionálních politik a o vlastní realizaci politiky hospodářské, sociální a územní soudržnosti formou finanční podpory rozvojových aktivit jednotlivých regionů“ [Strategie regionálního rozvoje, 2013: 4].

Ve strategii se promítají nejen principy udržitelného rozvoje, ale také strategické evropské dokumenty a jejich priority. Jde o prioritní oblast regionální konkurenceschopnosti, která vychází z ekonomického pilíře. Tato priorita je zaměřena například na inovace, spolupráci podnikatelského sektoru s výzkumnými a vývojovými pracovišti, flexibilitu pracovního trhu reagujícího na místní potřeby apod. Druhou prioritní oblastí je územní soudržnost, která vychází ze sociálního pilíře. Ta se dotýká témat, jako je sociální vyloučení, kultura, cestovní ruch, bydlení či v periferních územích podpora lokální ekonomiky atd. Prioritní oblast environmentální udržitelnosti vychází z environmentálního pilíře a přispívá ke zlepšení životního prostředí, omezování vlivu dopravy na krajinu, lepšímu hospodaření s přírodními zdroji atd. Poslední prioritní oblastí je veřejná správa, která podporuje realizaci výše zmíněných témat [Strategie regionálního rozvoje, 2013: 4-5].

Pro regionální rozvoj je důležitá úloha státu a ústředním orgánem v této oblasti je Ministerstvo pro místní rozvoj. Dalšími důležitými aktéry jsou kraje, obce, ale i další ziskové a neziskové organizace. Přesnější obrysy získává udržitelný rozvoj na místní úrovni a i Strategie regionálního rozvoje, je pro současné období 2014-2020 zaměřena více na identifikaci a uspokojení místních potřeb. Důležitým prvkem pro uplatňování rozvoje „zdola – nahoru“ jsou různé formy mezi-obecní spolupráce, jako jsou mikroregiony, svazky obcí apod. Další skupinou aktérů v rozvoji daného území jsou místní akční skupiny (MAS), které pracují na základě metody LEADER.²⁰ Místní akční skupiny podporují aktivity členů místních komunit a zapojení dalších místních aktérů, kteří působí vně veřejné správy. V současnosti jsou jedním z nejdůležitějších aktérů v rámci rozvoje venkova, a také jsou velmi rozvíjenou formou spolupráce díky podpoře z Programu rozvoje venkova [Strategie regionálního rozvoje, 2013: 44-46].

V České republice je jednou z bariér udržitelného rozvoje v zemědělství, dle

²⁰ Metoda Leader je založena na: „spolupráci místních samospráv, podnikatelského a neziskového sektoru v rozvoji území, tj. uplatnění principu víceúrovňové správy na horizontální úrovni [Strategie regionálního rozvoje, 2013: 68].“

Strategie pro regionální rozvoj 2014-2020, ovládání potravinářského průmyslu a velkoobchodních sítí z velké části zahraničními společnostmi [Strategie regionálního rozvoje, 2013: 30].

6.2 Udržitelný rozvoj a potraviny

Jídlo a potravinový systém je důležitým aspektem v každodenním životě každého jedince, a tak by mělo být i důležitým prvkem v otázkách, týkajících se udržitelného rozvoje. Pro výrobu, zpracování, distribuci a přípravu jídel je přibližně zapotřebí jedna třetina z naší ekologické stopy. Stravování organickými potravinami či biopotravinami, regionálním a sezónním jídlem a snížení spotřeby masa by mělo vést ke snížení energetické spotřeby a emisí skleníkových plynů. Za tímto účelem, se řada evropských zemí snaží o implementování principů udržitelnosti ve veřejném stravování a gastronomii [Sustainable cooking: 5].

V souvislosti s udržitelným rozvojem a jeho pilíři by se měla výroba a spotřeba potravin vztahovat v ekologickém pilíři na používání přípravků, které nepoškozují životní prostředí, podporu biologické rozmanitosti, minimalizaci ekologické stopy, dodržování dobrých životních podmínek zvířat ve výrobě i dopravě. V ekonomickém pilíři by mělo dojít k podpoře a přispění k ekonomickým výhodám pro místní komunitu a přilehlým oblastem. V sociálním pilíři by mělo dojít k opětovnému propojení výrobců a spotřebitelů a nastolení důvěry mezi nimi. Dále by mělo dojít ke spravedlivé odměně a dobrým pracovním podmínkám zaměstnanců, podpoře tradic a znalostí v souvislosti s potravinami. Samozřejmostí by měla být dobrá dostupnost potravin a jejich bezpečnost.

Podle výše uvedených principů by se mělo při udržitelném způsobu vaření dbát na použití zvýšeného množství ovoce a zeleniny, oproti masu.²¹ Dále využívat maso, ryby a masné výrobky, které jsou z chovů šetrných k životnímu prostředí i ke zvířatům, zvýšit množství organického jídla při vaření, zaměřit se na sezónnost potravin, využívat potraviny z místních zdrojů, omezit mražené výrobky, preferovat čerstvé produkty, omezit odpad a v neposlední řadě porozumět místnímu trhu s potravinami [ECEAT: 4-8].

²¹ Výroba masa je spojena s vyšší zátěží životního prostředí, produkcí CO₂, spotřebou vody atd.

7 Podpora domácích a lokální potraviny v České republice

V obecné rovině došlo v roce 2014 k růstu české ekonomiky, k čemuž přispěly i výdaje domácností na konečnou spotřebu. To přineslo pozitivní změny, které také ovlivnily produkci potravin v České republice. Pozvolné zlepšování situace v českém potravinářství bylo znatelné i vůči zahraničnímu obchodu. Vývoz potravin rostl rychleji, přibližně o 4%, než jejich dovoz. Tento trend pokračuje již čtvrtý rok. Ani obavy z dopadu sankcí souvisejících s rusko-ukrajinskou krizí se nenaplnily. Do České republiky se v nadměrném množství nedostala zlevněná nabídka potravin ze zahraničí, která by negativně ovlivnila naši produkci. V tomto směru také zapůsobilo umělé oslabení koruny, které dovozy potravin zdražilo. Co se potravinové soběstačnosti týče, Česká republika pravděpodobně nikdy nedosáhne úplné soběstačnosti. Už jen kvůli klimatickým a geografickým podmínkám, kdy zde některé druhy ovoce a zeleniny nelze pěstovat. „Pokud však míníme posílení domácích zdrojů ve spotřebě potravin českých domácností, jsou poslední trendy spíše nadějně. Přinejmenším se odstranil předchozí velmi nepříznivý vývoj neustálého prohlubování potravinové bilance se zahraničím a také úbytek lidí zaměstnaných v potravinářském průmyslu se zastavil - již druhý rok v řadě jejich počty meziročně stagnují po poklesech trvajících nepřetržitě od roku 2002“ [Český statistický úřad, 2015: 12-13].

Trend podpory domácích potravin se začíná rozvíjet i v České republice a to jak ze strany státu, tak i ze strany ziskových a neziskových organizací či dalších subjektů. Důkazem toho jsou důležité a stále častější kampaně, akce či diskuze v médiích, které poukazují na místní potraviny.

Ministerstvo zemědělství na svých internetových stránkách zveřejnilo koncem roku 2014 rozhovor s ministrem Marianem Jurečkou, kde například uvádí že, „na ministerstvu hledáme způsoby, jak v obchodních sítích zvýšit podíl potravin vyrobených v Česku, a k tomu můžeme využít různé nástroje. Třeba může stát investičními pobídkami podporovat domácí producenty potravin, aby mohli modernizovat a rozšiřovat technologické vybavení. Pomůže v tom i propagace kvalitních potravin například prostřednictvím značek kvality, jako je Klasa nebo Regionální potravina. A důležitá je i osvěta, protože když se zvýší poptávka po domácích potravinách, stoupne i jejich nabídka.“ Dále ohledně zájmu o místní potraviny v České republice ministr uvádí, že „poslední tři roky poměrně bedlivě sleduji výstupy z průzkumů veřejného mínění. Začíná se ukazovat, že nejen cena, ale už také kvalita a původ produktu ovlivňuje rozhodování zákazníka, zda výrobek koupit či

nekoupit. Jsem přesvědčen, že dnes lidé při nakupování opravdu chtějí uplatňovat zdravý a regionální patriotismus“ [eAGRI, 2014].

Tvrzení o zvyšujícím se zájmu Čechů o lokální potraviny, potvrzuje také průzkum veřejného mínění, který si nechalo v březnu tohoto roku zpracovat Hnutí Duha za podpory Evropské komise. Z něho vyplývá, že 83% lidí by uvítalo, kdyby vláda více podporovala produkci a distribuci místních potravin. Stále ale jen 34% spotřebitelů, nakupuje u farmářů nebo ve farmářských obchodech. 24% občanů ale při nákupu zjišťuje, zda je kupovaná potravina lokální. Nejčastějším důvodem pro nákup lokálních potravin byla podpora zaměstnanosti v regionu a to až z 80%, dále následovalo hledisko kvality potravin a ekologicky šetrná produkce. Jako největší překážku při nákupu lokálních potravin, označilo 62% občanů nedostatek možností nebo informací o tom, kde toto jídlo nakupovat, 65% respondentů označilo místní potraviny jako drahé. Řešení těchto problémů Hnutí Duha vidí ve více informacích a možnostech nákupu lokálních potravin, rostoucí finanční podpoře z veřejných zdrojů pro místní farmáře a rozšíření mýtného pro kamiony i na silnicích nižších tříd či zavedení dalších opatření, které pomohou ke zvýšení lokální spotřeby [Hnutí Duha, 2015: 1].

7.1 Označování potravin

V souvislosti s globalizací trhu, s transportem potravin a s rostoucími požadavky na delší dobu trvanlivosti, se zvyšuje zájem spotřebitelů o bezpečnost a nutriční hodnoty potravin. Lidé chtějí vědět, odkud koupené potraviny pocházejí a jaké mají složení. I kvůli těmto faktorům roste nutnost uvádět nejrůznější informace na potravinách. Nástrojem, který pomáhá spotřebiteli orientovat se v rozsáhlé nabídce potravinových produktů, jsou údaje uváděné přímo na obalech nebo v blízkosti nebalených potravin. Právě i díky označením si takto může spotřebitel vybrat produkt z České republiky, případně z dalších regionů republiky. Problematika označování potravin je značně složitá a rozsáhlá. Údaji uváděnými na obalech produktů a při prodeji potravin se zabývá například nařízení (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům a dále zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích a také další předpisy Evropské unie a národní vyhlášky, které do problematiky označování zasahují. Obecně platí, že dané informace na produktech musí být jasné, přesné, čitelné a srozumitelné. Dále nesmí spotřebitele uvést

v omyl a nesmí připisovat vlastnosti, které by vyléčili, zmírnili nebo snad zabránili nemocem. Tyto informace můžeme dělit na povinné a nepovinné [Suková, 2014: 2-9].

Do označování potravin se zahrnují i marketingové slogany, texty a loga a ochranné známky. „Označením se rozumí jakákoliv slova, údaje, ochranné známky, obchodní značky, vyobrazení nebo symboly, které se vztahují k určité potravine a jsou umístěny na obalu, dokladu, nápisu nebo etiketě, a to i krčkové nebo rukávové, které potravinu provázejí nebo na ni odkazují“ [Babička, 2012: 3].

Právě různé značky by měly usnadnit spotřebitelům orientaci ve výběru požadovaného produktu. Někdy je tomu ale naopak. V obchodech se můžeme setkat až s velkým množstvím těchto značek (např. Český výrobek²², Vím, co jím²³, Regionální značky²⁴ atd.). Mohou je udělovat státní organizace, ale i další subjekty. Jelikož se nejedná o povinnou informaci, je takové označení produktu v kompetenci výrobce. Podle publikace „Výživa a zdraví“ vydané Ministerstvem zemědělství, jsou nejdůležitější značky kvality potravin Klasa, Regionální produkt, znak Bio a Biopotravina, Chráněné zeměpisné označení, Chráněné označení původu a Zaručená tradiční specialita. Za biopotraviny jsou označeny potraviny vyrobené z bioproduktů, což jsou suroviny, které byly získány z ekologického zemědělství. Podle zákona získává biopotravina či bioprodukt certifikát, který dokládá, že pochází ze šetrného ekologického zemědělství a tím pádem má právo používat ochrannou známku „bio“ či „eko“. Pro výrobce je povinné označit balené biopotraviny logem s motivem listu s evropskými hvězdami. Výrobce má také povinnost označit na obalu místo, kde byly vyprodukovány bioprodukty. Současně se uvádí i České národní logo – zelenobílá bio zebra [Hrnčířová a kol., 2012: 35-36]. Podle pravidel EU existují tři způsoby označení místa původu potravin:

- Označení původu, kdy všechny fáze výroby a použité suroviny musí být z vymezené oblasti.
- Zeměpisné označení, kdy jsou práva nevýlučná a musí alespoň jedna z fází výroby probíhat ve vymezené oblasti.
- Zaručená tradiční specialita, která není spjata s vymezenou lokalitou, ale

²² Značka Český výrobek je garantována Potravinářskou komorou ČR [Foodnet.cz].

²³ Logo je udělováno iniciativou Vím, co jím o.p.s. „Logo Vím, co jím poskytuje příležitost snadno a vědomě snížit příjem množství těch složek potravin, které v největší míře souvisejí s většinou současných civilizačních onemocnění“ [Vimcojim.cz].

²⁴ Regionální značení má za cíl zviditelnit konkrétní region a upozornit na jeho zajímavé produkty či nabízené služby. Označení se tedy netýká jen potravin. Regionální značky jsou sdruženy v Asociaci regionálních značek (ARZ) [Regionalni-znacky.cz].

s použitím tradičních surovin nebo tradičním složením či metodou produkce/přípravy [Babička, 2012: 35-36].

S těmito značkami se tedy můžeme setkat po celé Evropě. Českou národní značku kvality potravin Klasa uděluje Ministerstvo zemědělství od roku 2003. Měla by zaručit spotřebitelům prověřenou kvalitu takto označených potravin a její udělování je součástí projektu, který podporuje domácí potraviny. Označené produkty tímto logem by tedy měly splňovat zadaná pravidla a „mimo jiné musí výrobek minimálně v jednom znaku vykazovat výjimečné kvalitativní charakteristiky, které zvyšují jeho přidanou hodnotu a zaručují jeho jedinečnost ve vztahu k běžným výrobkům dostupným na trhu“ [Hrnčířová a kol., 2012: 35]. Poslední důležitou značkou je Regionální potravina, která by měla pomoci prosadit naše tradiční české potraviny. „Je udělována potravinářským nebo zemědělským výrobkům, které jsou vyrobeny v příslušném regionu a pochází zejména z tuzemských surovin. Výrobky musí mimo jiné minimálně v jednom znaku vykazovat výjimečné kvalitativní charakteristiky, které zvyšují jeho přidanou hodnotu a zaručují jeho jedinečnost ve vztahu k běžným výrobkům dostupným“ [Babička, 2012: 35]. Tato značka by měla být udělena kvalitním českým výrobkům, které vyhrají jednotlivé krajské soutěže. Značka Regionální potravina by měla zákazníkům zaručit, že výrobek a i použité suroviny jsou z kraje, ve kterém bylo uděleno toto ocenění. Důrazem na region se toto označení výrazně odlišuje od značky Klasa, která má některá kritéria v udělování podobná. Nákupem potravin označených Regionální potravina tedy zákazník podporuje region, ve kterém žije. Cílem celého projektu je podpora lokálních potravin a jejich producentů, propagace či vyvolání zájmu o místní potraviny a motivace spotřebitelů při nákupu těchto produktů na farmářských trzích, farmářských obchodech apod. [Regionalnipotravina.cz].

Spotřebitel bude důvěřovat pravděpodobně těmto značkám tím spíše, pokud jsou označení udělována státními institucemi. Je třeba ale uvést, že tyto aktivity státních institucí vyvolávají rozporuplné debaty. Například Nejvyšší kontrolní úřad provedl kontrolu průběhu komunikační kampaně na podporu značek Klasa, Regionální potravina a Vína z Moravy, vína z Čech. V letech 2008 až 2013 bylo vynaloženo na tyto kampaně celkem 1,5 miliardy korun. Velkým nedostatkem při kontrole byl však fakt, že cíle kampaní byly většinou nekonkrétní a pro možné vyhodnocení chyběly výchozí hodnoty i hodnoty, kterých se mělo dosáhnout. Obtížně jde tak zjistit, jak moc přispěly komunikační kampaně k podpoře nákupu regionálních potravin. Problematickou částí byly také veřejné zakázky, prostřednictvím kterých se tyto kampaně zadávaly agenturám [Nejvyšší kontrolní

úřad, 2014].

Označování potravin značkami kvality, poukazující na geografické vymezení produktu, by mělo být dobrým pomocníkem pro ty spotřebitele, kteří chtějí podpořit místní potraviny, ať už české nebo přímo produkty z daného regionu. Je určitě dobré podporovat naše produkty, zemědělce a pomoci spotřebitelům v rozhodování, ale kampaně na jejich podporu a také množství značek by se mělo zpřehlednit.

7.2 Aktivity podporující místní potraviny

Udělování značek kvality a jejich komunikační kampaně skrze státní instituce jsou důležitou aktivitou. Existují ale i další státní projekty na propagaci lokálních potravin. Jedná se například o farmářské slavnosti, což jsou celodenní akce na vybraných farmách v České republice, které pořádá Ministerstvo zemědělství ve spolupráci s Asociací soukromého zemědělství. Cílem projektu je ukázat zemědělskou činnost a informovat spotřebitele o možnostech nákupu čerstvých produktů od lokálních zemědělců přímo ze dvora. Součástí akce je i farmářský trh, na kterém mohou návštěvníci zakoupit produkci regionálních farem [Farmarskeslavnosti.cz]. Podle Cavanagha a Manderse podobné kampaně na podporu lokálního nakupování pomáhají zabránit úniku peněz z lokální ekonomiky a mohou být výrazem odporu proti globálním franšízám [Cavanagh; Mander, 2004: 228].

Podle Johanisové je nutné, aby alternativní ekonomiky byly v první řadě iniciovány zdola a v druhé řadě by měl zasahovat stát. Je nutné, aby se ustanovily vhodné zákony, které budou regulovat organizační strukturu organizací. Rovněž by se mohly uplatnit daňové úlevy, podpora místních producentů ze strany státní správy a v neposlední řadě dotace a granty [Johanisová, 2008: 119-120].

Na nestátní úrovni se propagací lokálních potravin například zabývá také již výše zmíněné celosvětové hnutí Slow Food, které má svou pobočku i v České republice. Slow Food Prague pořádá různé akce na podporu místních potravin a kultury stolování. Je i patronem mezinárodního projektu Jídelna snů, který se zaměřuje na zlepšení stravování dětí v předškolních a školských zařízeních. Cílem projektu je učit děti respektovat jídlo, vychovávat budoucí uvědomělé a náročné spotřebitele a především dokázat, že i pokrmy ve školních jídelnách mohou být chutné, vyvážené, splňovat zásady Slow Food

upřednostňováním čerstvých, regionálních, sezonních surovin a to i v rámci stanovených cenových limitů [Slow Food, 2009].

Dále dochází v České republice k rozvoji nových forem přímého prodeje. Nejčastěji se jedná o prodej ze dvora, farmářské trhy, systém bedýnek, či farmářské prodejny ve větších městech, což je důkazem toho, že roste zájem, lidí o čerstvé, kvalitní a lokální potraviny [Newsletter MZe, 2014: 1]. Dále také existují potravinová družstva či komunitou podporované zemědělství, kde si zákazníci předplatí na začátku sezóny určitý podíl a pak obdrží produkty [Pretty, 2002: 111-119]. Podle Fraňkové mohou farmáři prodávat přímo skrze farmářské trhy, bedýnkové systémy apod., nebo skrze místní obchody. „I tak se množství prostředníků minimalizuje, a navíc jejich tržby zůstanou ve větší míře v lokální ekonomice. Lokální nezávislé obchody zas na oplátku s větší pravděpodobností budou prodávat potraviny z místních farem než třeba supermarkety, takže se bude lokální ekonomika dále posilovat [Fraňková, 2015: 103].“ Díky často přímé vazbě mezi prodávajícím a kupujícím navíc u těchto forem narůstá loajalita a sociální interakce mezi aktéry.

Prodej ze dvora umožňuje zákazníkovi přímý nákup malého množství produktů od zemědělce přímo na farmě. „Legislativní podklady, na základě kterých je umožněn prodej ze dvora jsou Zákon 166/1999 Sb., veterinární zákon § 27a a vyhláška č. 289/2007 Sb., o veterinárních a hygienických požadavcích na živočišné produkty, které nejsou upraveny přímo použitelnými předpisy Evropských společenství. V této vyhlášce jsou stanoveny podmínky distribuce malých množství produktů pocházejících z hospodářství chovatele“ [eagri.cz].

Obliba farmářských trhů stoupá. V minulosti se trhy konaly běžně v pravidelných intervalech a dnes je jejich znovuobjevení patrné v mnoha částech industriálních zemí. Tyto trhy umožňují přímé spojení mezi konzumenty a lokálními producenty, či jejich prostředníky, kteří mohou udržovat nízké ceny díky neplacení poplatků za distribuci produktů [Cavanagh; Mander, 2004: 228]. V Kodexu farmářských trhů, který iniciovalo Ministerstvo zemědělství, se za farmářské, sedlácké či zemědělské trhy označuje forma prodeje zemědělských či potravinářských produktů, jejichž cílem je podpora malých a středních farmářů, prodávání potravin a produktů převážně regionálního či českého původu, vytvoření společenského prostoru a oživení vybraných prostor. „Farmářské trhy se konají ve veřejně oznámené časové periodě, zpravidla pod otevřeným nebem a prodej na nich se řídí předem oznámeným a vyvěšeným tržním řádem, který vychází ze vzorového

tržního řádu a z dispozic jednotlivých měst“ [Kodex farmářských trhů, 2011]. Dále se v kodexu uvádí, že “předmětem prodeje na Farmářských trzích může být pouze zboží, které tematicky odpovídá charakteru Farmářských trhů a vychází z české tradice, a to zejména z tradice pěstování plodin, chovu hospodářských zvířat a výroby potravinářských produktů. Tento „kodex farmářských trhů“ má přispět k lepší orientaci spotřebitelů, kde základním kritériem musí být pro spotřebitele jistota o původu, kvalitě a hygienické nezávadnosti nabízených farmářských produktů“ [Kodex farmářských trhů, 2011].

Prodej produktů skrze bedýnky čili tzv. bedýnkový systém byl poprvé formalizován ve Velké Británii. Obsah bedýnek může být různý. Nejčastěji jde o základní sezónní zeleninu či ovoce, ale i další produkty [Pretty, 2002: 111-119]. Nyní dochází k jejich rozvoji po celé Evropě. Různé typy bedýnkových systémů se od sebe mohou odlišovat podle toho, kdo je provozuje, jak jsou dopravovány, jak se zákazník do systému zapojuje, a jakým způsobem je za bedýnky zapláceno. Avšak cílem všech bedýnkových systémů je dodání čerstvých, sezónních produktů. V mnoha případech si zákazník může regulovat obsah bedýnky nebo si zvolit její velikost. Někteří zákazníci dávají ale přednost momentu překvapení, kdy bedýnku obdrží a její přesný obsah dlouho dopředu neznají nebo ho zjistí až na místě předání. Umožní jim to například poznat i jinak neznámé druhy produktů. Pokud je provozovatel systému zároveň i pěstitelem produktů, ve většině případů to znamená, že obsluhuje poměrně malou dovozkovou vzdálenost v okolí farmy. Mnohem větší oblasti dovozu jsou schopni pokrýt větší zemědělci či obchodníci, kteří kumulují produkty od několika pěstitelů. Mohou dovážet i některé exotické či mimosezónní druhy ovoce a zeleniny, mléčné a masné výrobky, pečivo, víno a další zboží. Ke spotřebiteli se pak bedýnky dovážejí až domů nebo jsou předem domluvená odběrná místa. Objednávat bedýnky lze jednorázově, ale ve většině případů jde o pravidelné odběry, které jsou placeny předem. To umožňuje podporu a větší propojenost či určité sdílení s farmářem, například i v době menší úrody. Celá aktivita tak má i značně přínosný sociální aspekt. [Václavík, 2008: 2-4].

V České republice můžeme najít desítky bedýnkových systémů, prodeje ze dvora či farmářských trhů, především ve větších městech či jejich blízkosti. Kvůli podvodným činnostem v souvislosti s těmito formami vznikají ale i organizace, které by měli zajišťovat určitou ochranu a regulérnost. Jedná se například o výskyt překupníků na farmářských trzích. I z tohoto důvodu vznikla Asociace farmářských tržišť ČR, jejímž cílem je sdružovat provozovatele farmářských trhů, kteří se řídí podle vypracovaného kodexu a

dbají na výběr prodejců a hlavně nabízených produktů tak, aby bylo možné na trzích koupit jen čerstvé, kvalitní, české či regionální a originální produkty. V současné době čítá tato asociace pět členů, kteří pořádají osm farmářských trhů v Praze, Plzni, Karlových Varech a v Roudnici nad Labem [Aftcr.cz]. Podobné střeškové organizace mají podle Johanisové zásadní význam pro rozvoj aktivit takového typu a alternativních ekonomik celkově. A to hlavně kvůli prosazení společných zájmů, lepší informovanosti či vzájemné podpoře [Johanisová, 2008: 121].

Důkazem toho, že zájem o lokální potraviny v České republice je opravdu na vzestupu, jsou i aktivity velkých potravinových řetězců, které se v první řadě řídí podle odbytu a prodeje. Například společnost Billa ve své tiskové zprávě z února letošního roku uvádí, že do roku 2016 budou ve vybraných prodejnách napříč republikou zavedeny regály, ve kterých zákazník najde jen lokální produkty, potraviny z daného regionu. Takovéto regály s potravinami od regionálních producentů naleznou jako první zákazníci v Jihočeském kraji [Billa ČR, 2015]. Tyto aktivity mohou spotřebitelům značně ulehčit hledání po místních potravinách, a mohly by i vylepšit mínění a výsledky v prováděných výzkumech, které se týkají místních potravin (viz Průzkum Hnutí Duha).

8 Lokální multiplikátor 3

Důležitou charakteristikou životaschopnosti regionu a regionální ekonomiky je množství peněz, které v regionu zůstávají na podporu jeho rozvoje. Jako prostředek měření úspěšnosti regionu právě v této oblasti, související s lokalizací ekonomických činností, byl vytvořen tzv. lokální multiplikátor.

Tento indikátor slouží ke zjišťování toků peněz na určeném místě a umožňuje poskytnout informace o tom, do jaké míry finance zůstávají v dané lokalitě. Každý ekonomicky aktivní subjekt tak může mít větší či menší přínos do lokální ekonomiky podle toho, kolik svých peněz do ní vydá, neboli utratí v daném regionu. Každý ekonomicky aktivní subjekt může pomocí lokálního multiplikátoru reálně ukázat, že spolupráce s místními dodavateli a zaměstnání místních pracovníků znamená kladný vliv, pozitivní externalitu pro místní ekonomiku a rozvoj. V posledních letech ale přišla na trh řada velkých zahraničních řetězců, firem a svou činnost skončila řada lokálních prodejců, řemeslníků a podniků, které pomáhali rozvoji svému regionu a to nejen skrze zaměstnávání

místních občanů. Pokud totiž tito obyvatelé utratí své finance lokálně, pomáhají tím udržitelnému místnímu rozvoji, neboť podporují místní zaměstnanost a místní produkci [Kutáček, 2007: 8-11].

Například Schuman [Schuman, 2006: 41] ale i Johanisová [Johanisová, 2008: 47-48] rozvádí tyto myšlenky a uvádějí, že pro lokalitu je z dlouhodobějšího hlediska a dalšího rozvoje velmi pozitivní, pokud se využívají místní zdroje, čímž se i omezí rychlý únik prostředků z daného území [Schuman, 2006: 41].

Lokální multiplikátor může sloužit místní samosprávě, vládě, organizacím a firmám ale i dalším subjektům ke zjištění toho, jaký ekonomický dopad má jejich jednání na blíže určenou lokalitu. Rovněž mohou výsledky tohoto nástroje poskytnout jasné argumenty pro aktivity, které by vedly ke zlepšení daného stavu.

8.1 Kořeny lokálního multiplikátoru 3

Metodika výpočtu lokálního multiplikátoru 3 neboli LM3 vznikla v první dekádě nového tisíciletí ve Velké Británii v organizaci New Economics Foundation²⁵ a jeho tvůrci se inspirovali multiplikačním efektem u ekonoma Johna Maynarda Keynesa.

J. M. Keynes byl významným anglickým ekonomem, politikem a světově uznávaným odborníkem na poli bankovníctví a oběhu peněz. Tento profesor Cambridgeské univerzity zcela jistě ovlivnil vývoj ekonomie 20. století. Po velkou část své kariéry byl převážně neoklasickým ekonomem a z počátku také kladl důraz na významnost stabilní kupní síly peněz, konkurenci a použití tržního mechanismu. Právě ve 20. a 30. letech již zmiňovaného 20. století byl otřesen neoklasický přístup a to jak v mikroekonomii, tak i v makroekonomii, kde nastaly pochyby o tom, že samoregulační síly tržního mechanismu neumožňují dostatečně vrátit ekonomiku do rovnováhy i při použití dostupných zdrojů. Došlo v podstatě k ústupu od „neviditelné ruky trhu“ Adama Smitha k „viditelné ruce státu“. A i když se podobným způsobem ubíraly myšlenky řady ekonomů, za zakladatele je považován právě J.M. Keynes, podle něhož dostal tento nový ekonomický směr název keynesovství [Sojka, 1999: 34-35].²⁶

²⁵ New Economics Foundation (NEF) vznikla v roce 1986. Jako nezávislá výzkumná organizace se zabývá různými sférami ekonomiky.

²⁶ Keynesovo učení je představené mimo jiné v díle *Obecná teorie zaměstnanosti, úroku a peněz* z roku 1936.

Velký vliv měla na Keynesovu teoretickou koncepci multiplikátoru zaměstnanosti, kterou vytvořil jeho žák R.F. Kahn. Kahn-Keynesův multiplikátor neboli investiční multiplikátor se zabývá výkladem důchodových efektů investic.²⁷ „Jeho základem je vztah investic a vytvářeného národního důchodu, který je při daném sklonu ke spotřebě a sklonu k úsporám dán výší těchto investic a výší výdajů na spotřebu vytvořených na základě těchto investic. Tyto dodatečné výdaje na spotřebu jsou sumou řady důchodů vyplácených při výrobě příslušných investičních statků a dále pak požadovaných spotřebních statků a služeb zmenšených o odpovídající úspory“ [Sojka, 1999: 49].

Jako reakci na Velkou krizi třicátých let minulého století Keynes navrhl novou ekonomickou politiku, která byla založena na zásahu státu do tržní ekonomiky. Zde byl také využit efekt multiplikace, který nastane, pokud díky změně ve výdajích vznikne neproporciální změna v celkové poptávce, čímž se pomůže k oživení ekonomiky. Například ke znásobení či multiplikaci peněz dojde tehdy, když stát vloží do ekonomiky více financí. To vede k růstu příjmů firem, které si mohou dovolit mít více zaměstnanců, a dojde tím pádem ke zvýšení jejich mezd. Tito zaměstnanci pak mohou zvýšit své výdaje, které vedou k nárůstu příjmů firem. Takto pojatý multiplikátor by používán k analyzování národní ekonomiky. Má své využití ale i na regionální a lokální úrovni. Keynesův multiplikátor sloužil tedy jako podklad pro vytvoření lokálního multiplikátoru 3 [Kutáček, 2007: 19-20]. Tento multiplikátor nazýváme lokální proto, že se nepoužívá pro makroekonomiku, ale pro lokální využití. Trojka na konci názvu zase označuje měření prvních tří kol útrat, ve kterých proběhne většina těchto výdajů v ekonomice [Sacks, 2002: 19].

Ptáčková a Skalík označují lokální multiplikátor jako indikátor blahobytu [Ptáčková; Skalík, 2010], Došek v něm vidí prostředek kvantifikace ekonomické lokalizace [Došek, 2006] a Johanišová indikátor zdraví lokální ekonomiky [Johanišová, 2008: 48].

8.2 Koloběh financí

Pro správné pochopení toho, jak lokální multiplikátor použít je důležité si uvědomit, jakým způsobem se peníze v místní ekonomice využívají a jak v ní kolují. Přičemž pro lokalitu je z hlediska rozvoje a celkové její stability vhodné, aby se využívalo

²⁷ Tento multiplikátor Keynes vytvořil jako obdobu Kahnova multiplikátoru zaměstnanosti [Sojka, 1999: 49].

místních zdrojů, a aby utracené finance v místní ekonomice kolovaly co nejdéle [Schuman, 2006: 41-42].

Johanisová ve své publikaci pro lepší vysvětlení jevu lokální multiplikace uvádí metaforu vědra [Johanisová, 2008: 47]. Místní ekonomika představuje vědro, ve kterém jsou všechny subjekty, jež ji vytváří. Jedná se například o školy, obchody, banky, organizace atd. Pokud bychom byli v tomto vědru místním obchodníkem a zaplatili bychom 100 Kč umývači oken z dané lokality, tak těchto 100 Kč zůstane v našem městě. Ale v situaci, kdy si objednáme umývače oken z jiné lokality, 100 Kč se z vědra ztratí. Je to pomyslná díra, kterou peníze odtečou pryč. Naplněné vědro znamená peníze, díky kterým si místní obyvatelé mohou koupit vše, co potřebují k zajištění kvalitního života. Když vědro teče, budou se muset do něj dolévat finance tak rychle, jak rychle budou peníze odtékat pryč. Existují zde dvě možnosti jak udržet vědro plné. Buď se do něj budou vlévat další finance, nebo se díry ve vědru ucpou.

Další metaforou, kterou můžeme využít k vysvětlení koloběhu financí, respektive efektu multiplikace, je stokorunová bankovka obarvená namodro. Pokud bychom takto nabarvenou bankovku sledovali, pokaždé když by si tuto bankovku dva lidé ve městě předali, viděli bychom, že nepatrné množství modré barvy zůstalo na jejich prstech. Čím větším počtem rukou by bankovka prošla, tím víc by místní ekonomika získala. Nehledě na to, že každý kdo měl bankovku v ruce, získal z ní vlastně příjem. Všechny finance, které kolují lokální komunitou, jsou úplně stejné jako peníze, které se do ní dostanou z venku. I to sleduje LM3 – zjišťuje, kudy se pohybovala obarvená modrá bankovka a kdo se jí dotkl. A díky tomu víme, jak peníze v dané lokalitě kolují [Sacks, 2002: 5-6].

Cílem i smyslem sledování lokálního oběhu peněz je uvědomit si, kam tyto peníze putují a umožňuje nám to rozhodnout se, kam chceme, aby tyto peníze také doputovaly. Zjišťovat koloběh peněz je důležité jak pro jednotlivce, organizace tak i pro místní správu a vládu. Místní samospráva je v mnoha lokalitách jedním z největších zaměstnavatelů a zároveň i největším zákazníkem. Efektivnější rozhodování o tom, jak utrácet finance může znamenat zisky pro místní občany a může dojít i ke splnění cílů rozvojových vládních politik. Posláním vlády je jednat tak, aby to bylo v zájmu voličů. Vládní rozhodnutí ohledně výdajů může znamenat zvýšení příjmů pro chudší obyvatele. Nebo může nastat opačná situace a to, že se situace lidí jednáním vlády zhorší. Když se ale lokální ekonomika zlepší, vláda nebude nucena vynakládat tolik financí na sociální dávky a může tyto finance použít na jiné strategické cíle. I pro všechny lokální ziskové či neziskové

organizace je přínosem zjistit, jaký vliv má jejich jednání na místní ekonomiku a to hned z několika důvodů. Například při marketingových aktivitách, interní a externí komunikaci a při usilování o státní dotace, kdy může firma exaktně prokázat přínos pro lokalitu. Obecní organizace mohou chtít, zjišťovat plnění stanovených cílů organizace v sociální oblasti [Kutáček, 2007: 16-17].

Díky metodě lokálního multiplikátoru 3 můžeme docílit toho, že každá námi utracená koruna bude mít větší pozitivní vliv na lokální ekonomiku. Je ale velmi podstatné upozornit na to, že zde není záměrem propagovat naprostou soběstačnost či izolaci komunit. Samotní tvůrci LM3 nevěří v úplně místní ekonomický systém [Sacks, 2002: 8].

8.3 Výpočet lokálního multiplikátoru 3

Jak již bylo řečeno výše, při použití lokálního multiplikátoru 3 pracujeme s prvními třemi koly útrat. Ty nám zajistí uspokojivý přehled o koloběhu financí v místní ekonomice, protože obsahují přibližně 85% objemu aktivity neboli celkového multiplikačního efektu [Kutáček, 2007: 26].

Jelikož tento nástroj označujeme jako indikátor, jeho účelem není, a ani bychom neměli očekávat, přesné výsledky měření. Indikuje je a napomáhá nám interpretovat nastalou situaci. Ještě před samotným výpočtem, je nutný terénní sběr dat a především určitá příprava. Je nezbytné stanovit si subjekt zkoumání a ujasnit si, koho všeho se projekt týká. Neboli, pro jakou organizaci či jedince bude lokální multiplikátor zjišťován.

Dále bychom si měli uvědomit, v jaké oblasti či do jaké vzdálenosti budeme ekonomický dopad organizace nebo jedinců měřit. Což znamená vymezení a rozdělení území, v rámci něhož působí zkoumané subjekty, na „místní“/ „lokální“ a „nemístní“/ „nelokální“. Toto vymezení je pro další výpočet důležité a výrazně ovlivní konečnou hodnotu a interpretaci lokálního multiplikátoru. Stanovená „místní“ oblast může mít různou velikost. Od několika km² až po okresy či kraje. Rozloha a hranice území závisí na samotném projektu a posouzení zpracovatele projektu. Na stanovení „místního“ území neexistují přesně stanovená kritéria. Velikost zvoleného území ale ovlivní velikost konečného výsledku ukazatele. Čím menší bude určené „místní“ území, tím menší vyjde konečná hodnota lokálního multiplikátoru.

Při výpočtu indikátoru začínáme první kolo s počátečním příjmem zkoumaného subjektu. Pracuje se s příjmem po zdanění. Nejčastěji konkrétně s čistými ročními příjmy, které zahrnují i případné sezónní výkyvy.

Ve druhém kroku se zjišťuje, jak je s tímto počátečním příjmem naloženo. A nejde přitom jen o konkrétní vyčíslení výdajů, ale také o to, kam tyto finance putují. Zda do „místní“ či „nemístní“ oblasti. V prvním případě jde často o výdaje za zaměstnance, dodavatele služeb a zboží, hypotéku, investování do lepších pracovních pomůcek apod. Naopak peníze utracené mimo vymezenou lokalitu jsou nejčastěji utraceny za palivo, energie, daně, výplaty a pojištění za zaměstnance zvnějšku lokality. Ve druhém kroku pro výpočet lokálního multiplikátoru se tedy zjistí výdaje organizace. Poté se určí „místní“ dodavatelé a zaměstnanci. Konkrétně podle směrovacího čísla sídla dodavatelů a trvalého bydliště zaměstnanců. A dále je počítáno s výdaji od těchto „místních“ subjektů.

Ve třetím kole se dotazujeme jak suma z takto „místně“ použitých peněz byla znovu utracena zaměstnanci a dodavateli. Neboli, jak a kolik peněz od původní organizace utratili „místní“ zaměstnanci a dodavatelé. Zaměstnanci utrácejí peníze v dané oblasti nejčastěji za potraviny, zábavu a nájem. Mimo zkoumanou oblast peníze utrácejí za nákupy v supermarketech, daně z příjmů apod. Po sečtení peněz za všechny tři kola tento výsledek vydělíme počátečním příjmem a vyjde nám číslo, které je vlastně indikátorem LM3 [Kutáček, 2007: 35-47].

Tato hodnota ale nikdy nemůže být nižší než 1,00 ani vyšší než 3,00. A to z důvodu, že pokud bychom neutratili nic z počátečního příjmu „místně“, po sečtení tří kol a vydělením počátečního příjmu je výsledná hodnota 1,00. Naopak pokud z počátečního příjmu celou částku utratíme lokálně, po součtu všech kol a vydělením tohoto čísla počátečním příjmem, nám vyjde hodnota LM3 3,00. Limitními hodnotami LM3 jsou tedy 1,00 a 3,00, přičemž reálná nejvyšší dosažená hodnota LM3 pro subjekt, který je plátcem daně je 2,20 a to proto, že přibližně 30% příjmu tento subjekt odvádí státu prostřednictvím daní. Po výpočtu LM3 a získání hodnoty kolem 1,00 můžeme mluvit o uvadající ekonomice, zatímco hodnota kolem 2,20 naznačuje živou lokální ekonomiku [Sacks, 2002: 84-85].

Pro výpočet lokálního multiplikátoru 3 tedy použijeme jednoduchý vzorec:

$$\text{LM3} = \frac{\text{kolo 1} + \text{kolo 2} + \text{kolo 3}}{\text{kolo 1}}$$

Přičemž výsledná hodnota lokálního multiplikátoru může nabývat pouze hodnot v intervalu $< 1;3 >$.

8.4 Pilotní projekty lokálního multiplikátoru 3

Lokální multiplikátor 3 je indikátor, který jak již bylo řečeno výše, byl vytvořen v roce 2002 v londýnské organizaci New Economics Foundation a poprvé byl představen v „The money trail. Measuring your impact on the local economy using LM3“. Publikace byla přeložena a na české poměry přizpůsobena organizací Trast pro ekonomiku a společnost (TES) a byla publikována pod názvem „Penězům na stopě“.

A stejně jako J. M. Keynes i pracovníci z NEF se zabývali efektem multiplikace. Konkrétně, že pro místní rozvoj není důležitý jen objem peněz, ale i čas, po který tyto finance v lokalitě zůstávají. V období vzniku LM3 se totiž venkovské komunity ve Velké Británii potýkaly s celou řadou problémů, jako byla například kulhavka, slintavka, kolísající vzorce cestovního ruchu, snížený příjem zemědělství či uzavření mnoha významných zařízení jako jsou venkovské obchody a pošty a zjištění jak udržet peníze v místní ekonomice, mohlo této situaci pomoci [Sacks, 2002].

Tvůrci lokálního multiplikátoru pracovali s širokou škálou institucí a ty je inspirovaly k tomu, aby vytvořili nástroj, jenž by jim pomohl zjistit, kudy a jak z místní ekonomiky odcházejí finance a potažmo i pracovní příležitosti. Jinak řečeno, jak jasným způsobem změřit dopad lokálních výdajů na místní komunitu. Byl tedy vytvořen nástroj, který pomáhá jasně vyjádřit pozitivní i negativní vlivy na lokální ekonomiku a slouží i jako prostředek argumentace o její podpoře. Lokální multiplikátor 3 byl ověřen na případech deseti britských komunit a v pěti ekonomických sektorech, které jsou: státní zakázky, zemědělství a potraviny, sociální podnikání, přístup k financím a sociální zabezpečení. Po skončení měření lokálního multiplikátoru 3 se každá z těchto deseti komunit snažila o zlepšení svých činností vůči místní ekonomice. Pro pilotní projekty v sektoru zemědělství a jídla byly vybrány dvě ekologické farmy. A to Cusgarne Organics farma z Cornwallu, která získala LM3 skóre 2,00 a farma Graig Farm Organics z Powys ve Walesu, která měla LM3 2,15. Pro obě farmy bylo vypočítáno poměrně vysoké LM3, protože většina dodavatelů i zaměstnanců jsou místní. Důležitým faktorem při zjišťování LM3 je vymezení místní oblasti. Například farma Cusgarne Organics měla geografický rádius 15 mil. Sacks

dále uvádí ve spojitosti s výše zmíněnou farmou Cusgarne Organics z Cornwallu, že firma má roční příjmy asi £150, 000. V druhém kole bylo zjištěno, že cca £93, 000 výdajů bylo utraceno lokálně. Třetí kolo přineslo zjištění, že vybraní dodavatelé a zaměstnanci utratí přibližně 61% svých příjmů místně, což je £56, 730 [Sacks, 2002: 91-92]. Výpočet můžeme rozepsat následovně:

První kolo	£150,000
Druhé kolo	£93,000
Třetí kolo	£56,730
<i>Celkem</i>	<i>£299,730</i>
LM3	2,00

Přičemž se řídíme podle vzorce:

$$\text{LM3} = \frac{\text{kolo 1} + \text{kolo 2} + \text{kolo 3}}{\text{kolo 1}}$$

Vypočítanou hodnotu LM3 pro farmu Cusgarne Organics z Cornwallu můžeme interpretovat tak, že firma zdvojnásobila sumu peněz, která do farmy přišla a každých £10 příjmu Cusgarne Organics znamená vlastně £20 pro místní ekonomiku v Cornwallu.

Obě farmy z pilotního výzkumu využily zjištěné výsledky LM3 ať už pro další rozhodování o aktivitách farmy, či pro informování o její důležitosti pro komunitu. Dá se tedy říci, že LM3 slouží k pozitivnímu stimulování samostatných aktivit subjektů a nejen jako jednotlivá analýza. LM3 tedy pomáhá lidem pochopit dopady místní ekonomiky a odkrývá možnosti, jak lokální ekonomiku posílit [Sacks, 2002: 3-22].

V České republice se poprvé výpočtem lokálního multiplikátoru 3 pro dvě prodejny z Litoměřic zabýval v roce 2006 Miloslav Došek²⁸ v rámci své diplomové práce na

²⁸ Došek, Miloslav. 2006. Lokální multiplikátor jako indikátor lokalizace. Případová studie obchodních

Masarykově univerzitě. Rozsáhlejší testování bylo provedeno organizací Trast pro ekonomiku a společnost [Kutáček, 2007: 14]. Zde byla metodika upravena a pilotáž byla provedena ve veřejném sektoru v obci Ostopovice a v komerčním sektoru pro Moštárnu v Hostětíně. Hlavní aktivitou moštárny je zpracování místní ovocnářské produkce a řadí se k modelovým projektům udržitelného rozvoje v Hostětíně. Hodnota LM3 byla pro tento subjekt v roce 2006 1,62, což znamená, že každá koruna utracená místně přispěla do lokální ekonomiky dalšími 62 haléři. V případě obecního úřadu v Ostopovicích se podařilo vypočítat první dvě kola lokálního multiplikátoru. Třetí kolo nebylo provedeno z důvodu nízké návratnosti dotazníků od zaměstnanců a dodavatelů. U Obecního úřadu v Ostopovicích bylo zjištěno, že utratí 83% lokálně [Kutáček, 2007: 70-79].

8.5 Typy lokálního multiplikátoru

Kromě výše zmíněného lokálního multiplikátoru 3, který je počítán ve třech kolech, se ještě můžeme setkat se zjednodušenou verzí tohoto indikátoru. Tím je lokální multiplikátor 2, který byl vypočítán i v případě výše zmíněného obecního úřadu v Ostopovicích.

Lokální multiplikátor 2 umožňuje zjistit bezprostřední dopad zkoumaného objektu na místní ekonomiku a také poskytuje okamžitý náhled na provázanost s okolím a jeho přínos pro lokální ekonomiku. LM2 samozřejmě není tak přesný jako LM3, ale je poměrně vyhovující možností [Sacks, 2002: 84].

Zjišťování útrat by se mohlo provádět i ve více jak třech kolech. Mohlo by dojít k výpočtu lokálního multiplikátoru 4 či 5 atd. Ale jak uvádí Kutáček, i tři kola útrat umožňují dostatečný přehled o koloběhu financí v místní ekonomice [Kutáček, 2007: 26].

9 Lokální potraviny v Plzni

Plzeň je statutárním městem, které se rozkládá na západě České republiky. Je centrem pro celý kraj a zaujímá zde významné postavení, jakožto správní ale především

subjektů ve vymezené oblasti Litoměřicka. Diplomová práce na katedře Humanitní environmentalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně.

jako průmyslové a potravinářské (pivovarnické) centrum. Město Plzeň je čtvrtým největším městem v České republice a nalezneme jej v Plzeňské kotlině, kde na soutoku čtyř řek - Mže, Radbuzy, Úhlavy a Úslavy, vzniká řeka Berounka. V Plzni, jakožto v metropoli kraje, samozřejmě nemá zemědělství výrazné zastoupení. Pokud se zde ale vyskytne, tak jako v celém kraji dominuje pěstování obilovin a chov skotu (viz níže).

Rostoucí zájem o lokální potraviny je celorepublikovým jevem a Plzeň ani celý Plzeňský kraj tak v tomto trendu není výjimkou. Státní propagací regionálních potravin, která ale zasahuje i do tohoto kraje, je například ocenění produktu značkou Regionální potravina. Ta pomáhá prosazovat lokální produkty, dělá reklamu místním producentům a také napomáhá spotřebitelům v orientaci na trhu s potravinami a s výběrem takových produktů. Značka Regionální potravina byla celkově udělena 46 produktům v Plzeňském kraji. Z toho v letošním roce 2015 byla udělena 8 výrobkům, které byly vybrány ze 78 produktů od 31 výrobců. Ty mohou značku uvádět na oceněných výrobcích po dobu čtyř let. Soutěžilo se v devíti kategoriích, kde nejsilnější zastoupení měly masné výrobky [Regionální potravina, 2015].

Dalšími aktivitami, se kterými se můžeme v Plzni v souvislosti s lokálními potravinami setkat, jsou například farmářské trhy, tzv. bedýnkové systémy či farmářské obchody. Níže jsou popsány takové aktivity v Plzni, které svou činnost vykazují 3 a více sezón a to kvůli záruce určité stálosti. Jak již bylo řečeno, důraz na čerstvé, lokální potraviny přinesl i vlnu organizování trhů, zakládání obchodů apod. Některé subjekty pravděpodobně nesplňovaly představy zákazníků o nabízeném sortimentu či došlo k jiným problémům, a tak došlo k jejich zániku. Dlouhodobost takovýchto subjektů může být tedy určitou zárukou, či vodítkem pro spotřebitele.

9.1 Farmářské trhy

Tak jak roste zájem o místní potraviny, roste i množství provozovaných farmářských trhů. Dříve byly trhy běžnou záležitostí, kde docházelo jak k obchodování, tak i k sociálním interakcím. Trh byl společenská událost a dnes se tradice farmářských trhů opět navrácí. Farmářské trhy jsou dalším způsobem prodeje lokálních potravin a umožňují spojení mezi konzumenty a místními farmáři [Cavanagh; Mander, 2004: 228].

V Plzni – město můžeme nalézt občanské sdružení ENVIC, které poskytuje

informační a poradenské činnosti v oblasti životního prostředí. Jejich aktivity se týkají například vzdělávání, úsporného bydlení, péče o krajinu a veřejného prostoru ale i pomoci při získávání dotací. Organizují exkurze či semináře pro veřejnost i odborníky a také Plzeňské farmářské trhy [Envic.cz].

Plzeňské farmářské trhy jsou jako jediné v Plzeňském kraji členem Asociace farmářských trhů České republiky a z toho vyplývá například i dodržování jistých pravidel, které asociace stanovuje. Podle standardů Asociace farmářských trhů České republiky by měl být farmářský trh orientován hlavně na potravinové zboží. Dále se tyto trhy musí konat minimálně jednou za měsíc. Lokalita jejich umístění nesmí být v prostorách či blízkosti nákupních center, parkovištích apod. Dále na trhu musí být minimálně deset prodejních míst s potravinářským zbožím a regionální potraviny musí být upřednostňovány a zastoupeny minimálně z 50 %. Celkově musí být 90 % potravin z České republiky a zahraniční potraviny mohou být takové, které se v tuzemsku neprodukují a zároveň dosahují vysoké kvality [Standardy AFT ČR]. O podobném sdružování organizátorů farmářských trhů a jejich pozitivním významu píše i Johanisová. Jako určitá kritéria pro členy uvádějí asociace například prodej potravin přímo místními zpracovateli či producenty. A to kvůli možnosti komunikace a kontaktu se zákazníkem, což vede k větší důvěře v jejich produkty [Johanisová, 2008: 121].

Plzeňské farmářské trhy se pořádají již šestým rokem. Konají se každou lichou sobotu v měsíci od 8 do 12 hodin přímo v centru města na náměstí Republiky,²⁹ vedle katedrály svatého Bartoloměje. Trvají přibližně od března do prosince a prodejní sortiment se liší podle ročního období a sklizně. Nabídka a soupis aktuálních prodejců je však zveřejněn pár dní před samotným konáním farmářských trhů. Podle pravidel Plzeňských farmářských trhů je cílem organizátorů nabízet co možná nejvyšší kvalitu prodávaných potravin i dalších produktů. Dále nabízený sortiment prodávají přímo farmáři či zpracovatelé, případně lidé ve velmi úzké spolupráci s konkrétními farmáři. Na Plzeňských farmářských trzích se rovněž prodávají jen produkty místního nebo tuzemského původu. V případě potravin, které v České republice nemohou být vyprodukovány, jsou prodávány produkty s označením Fair Trade nebo BIO. Postupně se také rozrůstá nabídka přímo lokálních biopotravin [Plzeňské farmářské trhy].

29 Místo konání trhů se během jejich šestileté existence změnilo a přesunulo o několik ulic, přímo na centrální náměstí.

9.2 Benýnkové systémy

Způsob prodeje produktů prostřednictvím tzv. bedýnek či biobedýnek se v poslední době rychle rozrůstá. V Plzni nenajdeme systém bedýnek, který by se specializoval vyloženě na místní produkty, i když sortiment cílí na produkci z České republiky. Několik bedýnkových systémů v Plzni zaniklo nebo se stalo franšízami větších subjektů. Takovým případem je i firma Freshkoš, která fungovala tři roky, ale nyní je součástí firmy Světa bedýnek, která bedýnky dováží, a není jediná, z Prahy pro zájemce do Plzně. Stále je ale možné k bedýnce přiojednat některé produkty z Plzeňského kraje jako je pivo Purkmistr, Stvolenský mošt či vepřové maso z Přeštic [Svetbedynek.cz].

Jeden z prvních bedýnkových systémů v Plzni založili manželé Hromířovi v polovině roku 2009. Předání bedýnek a případně i doplňkového zboží probíhá každý týden a to v úterý od 18:00 do 19:30 v Centru Klubu bedýnkářů Plzeň, které se nachází kvůli šetrnějšímu způsobu ochrany zboží - bez potřeby topení či chlazení ve druhém podzemním podlaží Mostu Milenia, v ulici U Ježíška 2. Objednávky bedýnek mohou členové Klubu bedýnkářů Plzeň uskutečnit skrze mail nebo SMS do sobotního rána předchozího týdne. Váha bedýnky je přibližně 10 kg za cenu 250 Kč. Každá objednaná bedýnka se platí předem. Zákazníci si mohou přiojednat většího množství sezonní zeleniny či ovoce. Zelenina i ovoce je především od malých až středních pěstitelů ze západních Čech ale i z dalších částí České republiky. Celkově odebírají zboží od více jak 250 pěstitelů či dodavatelů. Dále je možné společně s bedýnkami koupit domácí mléko, čerstvé máslo, smetanu, bílý jogurt, přírodní tvaroh, živý a neodtučený zákys, sýry přírodní či ochucené a další mléčné produkty. Dále domácí vejce, med, mošty z hroznů vinné révy, mošty vyrobené z ovoce, které má certifikaci "Bio", výrobce z jižních Čech dodává jedno druhové džemy a jednorázově je možné objednat ryby, drůbež, králíky či zvěřinu. Přičemž všechny produkty jsou z České republiky [Bedyankyplzen.cz].

Další bedýnky si mohou zákazníci objednat skrze e-shop u Farmářského obchodu s.r.o., který má dvě pobočky v Plzni - město v Šafaříkových sadech a v Lobežské ulici na Slovanech. Jedna pobočka se nalézá v Klatovech. Tento systém vznikl v roce 2011 a skrze e-shop je možné si objednat bedýnky dvou velikostí. Ta menší váží 5 kg a její cena je 150 Kč. Větší farmářská bedýnka váží přibližně 10 kg a stojí 250 Kč. V bedýnce zákazník nalezne různé druhy zeleniny, doplněné malým množstvím ovoce. Zelenina pochází z oblasti Litoměřicka a Staré Boleslavi. Pěstitelů ovoce je několik a například jablka

pocházejí nejčastěji z Plzeňského kraje. Dodavatelé se mění podle sezónní nabídky a ročního období. Přičemž konkrétní obsah nabídky je uveden při objednání. Společně s farmářskou bedýnkou je možné si objednat i další zboží od mléčných a masných výrobků až po pečivo či sirupy. Veskrze to, co je možné zakoupit přímo v kamenných prodejnách. Skrze e-shop je nabízen osobní odběr či rozvoz po Plzni a okolí do 10 km. Pro nákup nad 1800 Kč je rozvoz zdarma, jinak se účtuje poplatek 150 Kč [Bedýnky-farmářský obchod.cz].

9.3 Farmářské obchody

Fraňková uvádí, že farmáři mohou prodávat své produkty skrze různé druhy přímého prodeje i skrze místní obchody. „I tak se množství prostředníků minimalizuje, a navíc jejich tržby zůstanou ve větší míře v lokální ekonomice. Lokální nezávislé obchody zas na oplátku s větší pravděpodobností budou prodávat potraviny z místních farem než třeba supermarket, takže se bude lokální ekonomika dále posilovat [Fraňková, 2015: 103].“

V této části práce jsou uvedeny obchody, které se specializují výhradně na farmářské, tuzemské produkty v Plzni - město. Nejsou zde uvedeny obchody se zdravou výživou, pekařství, řeznictví apod. Množství kamenných obchodů se v Plzni-město značně mění, a proto jsou uvedeny ty, které existují více jak tři roky. Příkladem změn může být prodejna Náš grunt s.r.o. v Kollárově ulici, která byla zrušena a před rokem byla znovu otevřena další prodejna Náš grunt s.r.o. v Plzni, Na Rudné. Náš grunt s.r.o. je totiž českou společností fungující na principu franšizy a vlastních kamenných obchodů, která tvoří síť prodejen po celé České republice a je zaměřena na prodej českých potravin od malých a středních producentů [Nasgrunt.cz].

První Farmářský obchod s.r.o. byl otevřen v roce 2011 v Plzni na Slovanech v Lobežské ulici. Jeho provozovatelé po roce otevřeli i druhý Farmářský obchod s.r.o. v Šafaříkových sadech v centru Plzně. V obou obchodech jsou nabízeny produkty tuzemského původu, přičemž preferované jsou především lokální produkty z Plzeňského kraje. Dodavatelů, kteří se prověřují, je přibližně padesát a rovněž i desítky pěstitelů zeleniny a ovoce. Na internetových stránkách obchodů je seznam dodavatelů s popisem jejich sortimentu, který je aktualizován průběžně podle současné nabídky. Současně je

možné zobrazovat dodavatele podle certifikace výrobků, kraje i okresu. Provozovatelé obchodu uvádí, že dodavatelé jsou vybíráni podle kritérií, která jsou orientována na kvalitu produktů, chuť, produkci, způsob zpracování a jasný původ. Na stránkách Farmářského obchodu s.r.o. je k dispozici e-shop s možností objednání produktů i výše uvedených bedýnek. V sortimentu obchodu jsou i produkty, které byly oceněny známkou Regionální potravina. Důvodem stálosti a rozšíření obchodu může být i fakt, že provozovatel je i organizátorem Plzeňských farmářských trhů, takže se zde může projevit důvěra k obchodům ze strany zákazníků, ale i ze strany dodavatelů [Farmarskyobchod.cz].

10 Výpočet LM 3 pro zkoumaný subjekt

Empirická část této práce je zaměřena především na výše zmíněný, lokální multiplikátor - indikátor udržitelného rozvoje, a to v souvislosti s místními potravinami. Konkrétně se jedná o již samotný výpočet lokálního multiplikátoru 3 pro vybraný obchod, sídlící v okrese Plzeň-město, který se svým prodejem specializuje na regionální potraviny. Podle Sackse i Kutáčka je oblast potravin pro výpočet lokálního multiplikátoru 3 obzvláště vhodná, protože produkce, prodej i konzumace potravin je blízka každému [Kutáček, 2007; Sacks, 2002]. Dokonce i pro pilotní výzkum bylo ve Velké Británii vybráno, jako jeden ze zkoumaných sektorů, zemědělství a potravin. V České republice byly prvnímu testování lokálního multiplikátoru podrobeny dvě prodejny s potravinami v Litoměřicích [Došek, 2006].

10.1 Identifikace problému, cíl a hypotéza

Výzkumným problémem jsou zde tedy místní potraviny, jejichž prospěšnost a důležitost podpory jejich prodeje byla uvedena v teoretické části práce, a především výpočet lokálního multiplikátoru pro vybranou prodejnu s potravinami v Plzni.

Jelikož zkoumaný subjekt, se specializuje na prodej lokálních potravin, dá se u něj předpokládat pozitivní vliv na místní ekonomiku a poměrně vysoká hodnota lokálního

multiplikátoru 3.³⁰

Jedním z cílů práce je také aplikace indikátoru v českém prostředí, neboť byl zatím v České republice realizován jen malý počet šetření.

10.2 Vymezení zkoumané lokality a subjektu

Praktická část práce je zaměřena na výpočet lokálního multiplikátoru pro jeden vybraný plzeňský farmářský obchod. Před samotným výpočtem je ale nutné vymezit lokalitu pro výpočet a určit tak „místní“ a „nemístní“ území. I když samotný obchod sídlí v Plzni - město, sledovaná lokalita nebude kopírovat hranice tohoto okresu. Důvodem jsou především, potraviny a jejich dodavatelé, které zde mohou být k dispozici. Abychom si udělali představu o tom, kde a jaké zemědělské produkty, a potažmo i místní potraviny můžeme v Plzni- město a celkově v Plzeňském kraji nalézt, je třeba tuto lokalitu charakterizovat. A to nejen obecně ale především v oblasti přírodních podmínek, potravin a zemědělství.

10.2.1 Charakteristika Plzeňského kraje

Plzeňský kraj leží na jihozápadě České republiky a hranice sdílí na severozápadě s Karlovarským krajem, na severu s Ústeckým, na severovýchodě se Středočeským krajem a na východě s krajem Jihočeským. Svou rozlohou je Plzeňský kraj třetím největším krajem, ale počtem obyvatel se řadí až na deváté místo v České republice.

Podle metodiky EU spadá Plzeňský kraj do regionální jednotky NUTS 3³¹ a zároveň je i součástí vyšších územních celků. Společně s Jihočeským krajem patří do NUTS 2 Jihozápad. „Regionální operační program NUTS II Jihozápad je jedním ze sedmi regionálních operačních programů České republiky, které od roku 2007 slouží k podpoře hospodářského a sociálního rozvoje. Program ROP Jihozápad podporuje dotacemi z

³⁰ 1,00 a 3,00 jsou limitní hodnoty pro LM3. Předpokládaná nejvyšší hodnota LM3 může být kolem 2,20, protože subjekt utratí přibližně 30% na daních.

³¹ „Klasifikace NUTS (La Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques) je základním systematickým nástrojem pro potřeby statistické, analytické a pro potřeby poskytování statistických informací Evropské unii. Využívá se ke statistickému monitorování a k analýzám sociální a ekonomické situace v regionech a pro potřeby přípravy, realizace a hodnocení regionální politiky, na úrovni NUTS 2 je využívána zejména pro oblast čerpání ze Strukturálních fondů EU“ [Český statistický úřad Plzeň a), 2014: 224-225].

Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF) projekty realizované na území Jihočeského a Plzeňského kraje. Hlavním cílem programu ROP Jihozápad je zvýšení konkurenceschopnosti a atraktivity regionu v zájmu zvyšování kvality života jeho obyvatel“ [ROP Jihozápad, 2015].

Sídelní struktura Plzeňského kraje je pro Českou republiku neobvyklá. Chybí zde města střední velikosti přibližně od 10 001 do 25 000 obyvatel, a naopak zde nalezneme vysoký počet malých sídel do 10 000 obyvatel, která jsou nepravidelně rozmístěna. V Plzeňském kraji se k významným potravinářským subjektům řadí největší exportér piva v České republice - Plzeňský Prazdroj a.s, který je součástí mezinárodní skupiny SABMiller plc., dále Stock Plzeň a.s., který je tradičním výrobcem lihovin a Bohemia Sekt Českomoravská vinařská a.s., který sídlí ve Starém Plzenci. Kraj má sedm okresů, které se zásadně od sebe odlišují počtem obyvatel, krajinou, velikostí a hustotou osídlení i ekonomickým potenciálem. Těmito územními celky jsou Domažlice, Klatovy, Plzeň-město, Plzeň-jih, Plzeň-sever, Rokycany a Tachov. Plzeňský kraj se vyznačuje rozmanitými přírodními podmínkami, které jsou dány především krajinným reliéfem. V Plzeňském kraji můžeme z hlediska geografického členění nalézt Šumavu, Český les a Plzeňskou kotlinu na severovýchodě kraje, dále Plzeňskou pahorkatinu a část Brdské vrchoviny. V každém celku ale najdeme podstatně jiné klimatické, hydrologické i geologické podmínky. Pro zemědělství jsou v kraji celkem vhodné podmínky. Zemědělská půda zabírá přibližně 50 % celkové rozlohy kraje a z toho orná půda zabírá asi 67% [Český statistický úřad Plzeň a), 2014: 19-20].

Tak, jako v každé jiné oblasti, i zde dochází s postupem času ke změnám a vývoji tendencí. Z materiálu Českého statistického úřadu, Plzeň vyplývá,³² že v Plzeňském kraji ubývá zemědělské půdy, zejména té orné. Z dlouhodobého vývoje zde klesají osevní plochy obilovin a brambor a naopak narůstá množství a velikost ploch, kde se pěstuje řepka. Také zde roste výměra lesních ploch a narůstá podíl ekologicky obhospodařované půdy i počet ekofarek. K dlouhodobému poklesu stavů hospodářských zvířat dochází na celorepublikové úrovni, a ne jinak je tomu i v Plzeňském kraji [Český statistický úřad Plzeň b), 2014: 6-26]. Obecně jsou v Plzeňském kraji přírodní podmínky, které jsou vhodné pro pěstování obilovin, a v živočišné výrobě převažuje chov skotu.

V Plzeňském kraji má zemědělství a lesnictví významné postavení a jednotlivé okresy se svou produkcí vzájemně liší.

³² Materiál byl vydán v roce 2014, ale porovnává data především z let 2008-2013.

Domažlický okres díky poloze řadíme mezi pohraniční části Plzeňského kraje. V roce 2014 zaujímala zemědělská půda 59 730 ha.³³ To znamená 53 % z celkové rozlohy okresu. Rostlinná výroba je zde specializována na pěstování pšenice, ječmene, kukuřice a řepky olejky. Živočišná výroba je zaměřena na chov skotu, prasat, ovcí, beranů a drůbeže.

Okres Klatovy patří rovněž mezi příhraniční okresy České republiky. V roce 2014 patřilo 89 658 ha mezi zemědělské půdy. To znamená 46 % z celkové rozlohy okresu. Z obilovin se pěstuje především pšenice či ječmen a také brambory. Živočišná výroba je orientována na chov skotu, a zvyšují se počty ovcí a koz.

Tachov nalezneme v západní části Plzeňského kraje a také patří k příhraničním okresům České republiky. Koncem roku 2014 v okrese zaujímala zemědělská půda 65 598 ha. To je 48 % z celkové výměry okresu. Rostlinná výroba se zaměřuje hlavně na pěstování kukuřice, pšenice, ječmene a řepky. Živočišná výroba je specializována především na chov skotu, drůbeže a prasat.

Okres Plzeň-sever se nachází v severovýchodní části Plzeňského kraje. V roce 2014 bylo obhospodařováno 64 913 ha zemědělské půdy. To činí 50% z celkové výměry okresu. Rostlinná výroba je orientována hlavně na pěstování pšenice, ječmene, ovsu, řepky a kukuřice. Živočišná výroba se zaměřuje především na chov drůbeže, prasat, skotu.

Rokycanský okres nalezneme ve východní části Plzeňského kraje. Charakter okresu je průmyslově – zemědělský a ke konci roku 2014 zaujímala zemědělská půda 26 667 ha. V tomto okrese jsou významné ovocné sady, kde se pěstují hlavně zimní odrůdy jablek. Dále jsou pěstovány především řepka olejná, obilniny, luskoviny, brambory. Živočišné výroba je orientovaná na chov skotu ale i chov prasat, slepic a další drůbeže.

Plzeň-město je nejmenším okresem, ale s největším počtem obyvatel. Zemědělství zde nemá výrazné postavení. V roce 2014 zabírala zemědělská půda 12 505 ha, což zabírá přibližně 48 % celkové výměry okresu. Rostlinná výroba byla zaměřena hlavně na pěstování pšenice, ječmene, brambor, řepky a kukuřice. Živočišná výroba byla orientována především na chov skotu a prasat.

Okres Plzeň-jih se rozpíná na ploše 99 002 ha. Nalezneme jej v jihozápadní části Plzeňského kraje. V severní části okresu se projevují těsné vazby s krajským městem. Nejsevernější část okresu patří přímo k plzeňské aglomeraci. Plzeň – město poskytuje

³³ Tento a všechny následující údaje o zemědělské půdě v této kapitole pocházejí z nejaktuálnější publikace Souhrnné přehledy o půdním fondu z údajů katastru nemovitostí České republiky, vydané v březnu 2015. Procentuální výměry jsou již samostatně dopočítány.

určité zázemí velké části obyvatel a to nejen zaměstnáním, ale také většinou školních, zdravotních, kulturních a jiných služeb. Čím je ale vzdálenost od Plzně větší, tím více její vliv klesá. Okres Plzeň-jih je administrativně rozdělen na čtyři obce s rozšířenou působností a to na Blovice, Nepomuk, Přeštice a Stod. Území tvoří mírně zvlněná pahorkatina a za významnou část přírodního bohatství lze považovat zemědělskou půdu a lesní porosty, které tvoří přes 30 % jeho rozlohy. V oblasti zemědělství tedy hraje Plzeň – jih významnou roli pro celý kraj. V roce 2014 bylo obhospodařováno 59 094 ha zemědělské půdy, což zabírá kolem 60 % celkové výměry okresu. Rostlinná výroba byla zaměřena zejména na pěstování pšenice, ječmene, brambor, řepky a kukuřice. Živočišná výroba je orientována hlavně na chov skotu, prasat a drůbeže [Český statistický úřad, 2012].

10.2.2 Vymezení „místního“ území

Při použití metody lokálního multiplikačního efektu je nutné věnovat pozornost vymezení území a rozdělit ho podle kritéria „místní“ a „nemístní“.³⁴ Jako hranice „místního“ území mohou být zvoleny oblasti od několika čtverečních kilometrů až po celé okresy či kraje apod. Jako „místní“ území (viz Příloha A) byl pro výzkum k této diplomové práci vybrán okres Plzeň – město a Plzeň – jih. Ostatní části Plzeňského kraje a další lokality jsou označeny jako „nemístní“. Tento výběr území má několik pragmatických důvodů.

Jak již bylo řečeno, zkoumaný obchod s místními potravinami nalezneme v metropoli Plzeň a jeho analyzovaný ekonomický dopad se neváže ke specifické komunitě, ale spíše k danému území. Jako pro každou prodejnu s potravinami, i zde jsou důležití dodavatelé, producenti, zemědělci, kteří v tomto případě přibližně z 90%³⁵ pocházejí z Plzeňského kraje. V okrese Plzeň - město ale nemá zemědělská výroba velké zastoupení. Oproti tomu Plzeň – jih je významným centrem zemědělství³⁶ pro celý kraj a navíc jsou mezi těmito dvěma okresy velmi časté a silné interakce.

Plzeňský kraj dále patří společně s Jihočeským krajem do NUTS 2 Jihozápad. Plzeň – jih je zde pomyslnou spojnici mezi Plzní – město a Jihočeským krajem, kde hraje

³⁴ Toto rozdělení je později důležité pro oddělení „místních“ příjmů/výdajů od „nemístních“.

³⁵ Dodavatelé mimo kraj jsou většinou ti, jejichž výrobky nejsou uvnitř kraje dostupné. To se týká například olivového oleje, který je dovážen od česko-španělské rodiny z Andalusie.

³⁶ Viz výše, podle Českého statistického úřadu v podkapitole 10.2.1 Charakteristika Plzeňského kraje

zemědělství významnou roli a dá se předpokládat, že některé finance, minimálně od dodavatelů zkoumaného obchodu, mohou proudit do Jihočeského kraje, tedy do „nemístního“ území.

Posledním a ne zcela zanedbatelným důvodem, proč jako „místní“ území bylo vybráno Plzeň – město a Plzeň – jih je, že takto stanovené hranice budou snadno rozpoznatelné pro všechny zúčastněné ve výzkumu.

10.2.3 Charakteristika zkoumaného subjektu

Předmětem zkoumání respektive subjektem, pro který je vypočítán lokální multiplikátor, je menší prodejna s potravinami, která se zaměřuje na prodej regionálních potravin. Sortiment obchodu je rozmanitý a pokrývá všechny základní potraviny, jako je pečivo, maso, zelenina, ovoce, vejčička, mléčné výrobky apod., až po delikatesy, jako jsou džemy, čokolády, pyré, ale také nápoje, jako je víno, sirupy, šťávy a mošty.

Obchod sídlí v Plzni – město a je dobře dostupný MHD. V prodejně jsou čtyři zaměstnanci ze zkoumané lokality. Z toho tři z nich pracují na zkrácený úvazek a jeden na plný úvazek. Jak už vyplývá ze zaměření obchodu, dodavatelé jsou ve většině případů z Plzeňského kraje. Dodavatelů, kteří jsou ze zkoumaného území je pět a dodávají do obchodu pečivo, maso, uzeniny a mošty.

10.3 Metoda výpočtu

Pro výpočet lokálního multiplikačního efektu prodejny s lokálními potravinami na místní ekonomiku vybrané lokality byly použity metody a techniky z příručky Penězům na stopě [Kutáček, 2007] a původní anglické verze The Money trail [Sacks, 2002]. Byla snaha, se uvedeným postupům v publikacích přiblížit, aby se udržela určitá návaznost na pilotní výzkumy a předchozí projekty. Podle příruček bylo tedy využito kombinovaného způsobu sběru. Konkrétně dotazníkového šetření společně s polostrukturovanými rozhovory.

Konečný výpočet lokálního multiplikátoru 3 byl proveden podle vzorce:

LM3 = kolo 1+ kolo 2+ kolo 3

kolo 1

LM3 < 1;3 >

Samotný výpočet lokálního multiplikátoru tedy není složitý, ale náročnost tkví v přípravné fázi výzkumu a ve sběru dat pro samotný výpočet LM 3, protože pokud výzkumník, jako v mém případě, nemá bližší vazby na zkoumaný subjekt, je obtížné získat citlivé údaje o hospodaření dané organizace.

10.4 Přípravná fáze výzkumu

Samotný výzkum by se dal rozdělit do několika fází. V přípravné fázi, došlo k rešerši a analýze odborné literatury a po seznámení s výzkumným terénem, k výběru zkoumaného subjektu a ujasnění si, koho všeho se projekt týká, a jaké jsou zde interakce mezi aktéry. Následně byl kontaktován jednatel zvoleného obchodu. Došlo zde k e-mailové, telefonické komunikaci i osobní schůzce již několik měsíců před samotným sběrem dat. Jednateli obchodu byl projekt představen a on velmi ochotně přislíbil účast ve výzkumu, takže již nebylo potřeba hledat jinou prodejnu pro výzkum.

Ať už s jednatelem obchodu nebo s ostatními respondenty, vždy byla snaha prezentovat od začátku výzkum a lokální multiplikátor obezřetně, na což upozorňuje i Sacks [Sacks, 2002: 73]. Tedy tak, aby nedošlo k ovlivnění respondentů, a aby z představení projektu nevyplývalo, že čím větší hodnoty bude LM 3 nabývat, tím větší je přínos pro lokální ekonomiku. Výzkum byl uveden tak, že cílem je otestovat poměrně nový indikátor síly místní ekonomiky – lokální multiplikátor, který slouží ke zjišťování toků peněz na určeném místě. A že tento indikátor umožňuje poskytnout informace o tom, do jaké míry finance zůstávají v místní ekonomice, a také ukazuje do jisté míry možnosti, jak povzbudit lokální ekonomiku. Samozřejmostí bylo ujištění respondentů o anonymitě a diskrétnosti při nakládání s citlivými údaji.

V dalších fázích výzkumu došlo k dotazníkovému šetření, sběru dat, zpětné kontrole a vyhodnocení dotazníků, závěrečnému výpočtu lokálního multiplikátoru 3 a interpretaci výsledků.

10.5 Dotazníky

V této části práce je naznačeno, jakým způsobem byly dotazníky (viz Příloha D, E) konstruovány a co bylo úkolem respondentů při jejich vyplňování.

U sestavení dotazníků pro dodavatele i zaměstnance mi byly vzorem dotazníky sestavené organizací New Economics Foundation (NEF), respektive ty, které byly následně revidované společností Trast pro ekonomiku a společnost (TES). Jelikož organizace TES již provedla několik projektů v České republice, jejich upravené dotazníky byly vhodnější inspirací, kvůli lepší použitelnosti v českém prostředí. Kutáček uvádí, že v původní metodice NEF byly dotazníky strukturované podle jednotlivých položek, jako jsou energie, doprava apod. V nadcházejících průzkumech se ale objevily potíže s vyplněním a jejich pochopením u respondentů. Kvůli těmto problémům se rozhodla organizace TES v českém prostředí použít jednoduchou verzi dotazníků, kde se zjišťuje pouze celkové „místní“ a „nemístní“ rozdělení výdajů [Kutáček, 2007: 51]. Nicméně i tak byly dotazníky přizpůsobeny pro vlastní projekt k diplomové práci.

V dotaznících pro dodavatele i zaměstnance, bylo tedy po vzoru dotazníků organizace TES, sledováno celkové geografické rozdělení výdajů. Jelikož je tato práce zaměřena na místní potraviny, domnívala jsem se, že by bylo vhodné zařadit u zaměstnanců ještě položku, kde uvedou výdaje utracené v okrese Plzeň-město/Plzeň-jih či jinde za potraviny a nápoje v menších „lokálních“ obchodech (např. farmářský obchod, pekařství, uzenářství apod.), na trhu atd. Takové detailní určení některých výdajů by mohlo naznačit, zda zaměstnanci tíhnou k nákupu místních potravin.

Další změnou - v dotaznících, oproti původním anglickým i českým výzkumům, bylo vložení tabulky s rozepsanými nejčastějšími výdaji dodavatelů i zaměstnanců do dotazníku. Tato část byla zařazena do dotazníku až po jejich předložení dvěma rodinným příslušníkům, což vřele doporučuje ještě před samotným výzkumem i Kutáček [Kutáček, 2007: 53]. Oba moji rodinní příslušníci nezávisle na sobě uvedli, že i po okomentování procesu rozdělování výdajů na „místní“ / „nemístní“ by uvítali, kdyby alespoň nejčastější výdaje byly přímo v dotazníku rozepsány. Po zakomponování výdajů do dotazníku pak vypadaly tabulky následovně:

Tabulka³⁷ v dotazníku pro dodavatele:

Nejčastější možné výdaje utracené v Plzeň město/jih	Nejčastější možné výdaje utracené mimo Plzeň město/jih
<i>Mzdy zaměstnanců-s trvalým bydlištěm v okrese Plzeň-město; Plzeň-jih</i>	<i>Mzdy zaměstnanců-s trvalým bydlištěm mimo okres Plzeň-město; Plzeň-jih</i>
<i>Dodavatelé zboží a služeb-sídlící v okrese Plzeň-město; Plzeň-jih</i>	<i>Dodavatelé zboží a služeb-sídlící mimo okres Plzeň-město; Plzeň-jih</i>
<i>Reinvestování do společnosti</i>	<i>Daně, pojistné</i>
<i>Hypotéka</i>	<i>Palivo</i>
	<i>Energie (el., plyn)</i>

Zdroj: Vlastní

Tabulka v dotazníku pro zaměstnance:

Nejčastější možné výdaje utracené v Plzeň město/jih	Nejčastější možné výdaje utracené mimo Plzeň město/jih
<i>Nájem – pokud majitele nemovitosti má bydliště ve vyznačené „lokality“ – Plzeň-město/Plzeň-jih</i>	<i>Nájem - pokud majitel nemovitosti nemá bydliště ve vyznačené „lokality“ Plzeň- město/Plzeň-jih</i>
<i>Hypotéka</i>	<i>Daně, pojištění, inkaso, energie</i>
<i>MHD</i>	<i>Palivo</i>
<i>Potraviny- z menších „lokálních“ obchodů v Plzni-město/Plzeň jih (např. farmářský obchod, pekařství, uzenářství apod.), na trhu atd.</i>	<i>Potraviny- zakoupeny v supermarketu, hypermarketu</i>
<i>Ostatní zboží a služby- (zábava, oblečení apod.) od „lokálních“ dodavatelů z Plzeň město/Plzeň jih</i>	<i>Zboží a služby od vzdálených dodavatelů</i>

Zdroj: Vlastní

Mezi důležité výdajové položky organizací, tedy v tomto případě obchodu s potravinami a jeho dodavateli, patří personální výdaje. Je třeba rozpoznat mzdy

³⁷ Stejná tabulka byla předložena i zkoumanému obchodu, protože dodavatelé i zkoumaný subjekt vydávají finance podobným způsobem.

zaměstnanců, kteří mají místo trvalého bydliště ve zkoumané lokalitě³⁸ od ostatních zaměstnanců. Tak se rozliší, jestli zaměstnavatel vydává mzdy do „místního“ či „nemístního“ území. Podobný systém rozdělování je uplatněn i u dodavatelů. Pokud dodavatel organizace má sídlo ve zkoumaném území, jsou k němu putující výdaje chápány jako „místní“. Mezi další „místní“ výdaje organizace byla zařazena, a uvádí ji i Sacks [Sacks, 2002: 32, 68] s Kutáčkem [Kutáček, 2007: 43, 52], hypotéka a reinvestování, neboť takto vydané finance se zpátky do firmy vrátí. Mezi „nemístní“ výdaje jsou řazeny daně, pojištění, poplatky za energie a dopravu (palivo-nafta, benzín), protože většina takto utracených peněz odteče ze zkoumané lokality pryč.

Významnými výdajovými položkami pro jedince jsou potraviny, zboží či služby a případně i nájem. Tyto položky se do „místních“ či „nemístních“ výdajů řadí podle toho, kde a jak byly utraceny (viz výše Tabulka v dotazníku pro zaměstnance). Stejně jako u organizací, i zde jsou jako „nemístně“ utracené výdaje řazeny daně, poplatky za energie, pojištění, palivo i inkaso. Mezi „místní“ výdaje je řazena hypotéka a finance utracené za městskou hromadnou dopravu.³⁹

Přílohou dotazníků byla i mapa s vymezením „místní“ a „nemístní“ lokality a průvodní dopis (viz Příloha A-E), který obsahoval výzvu k účasti v projektu, stručné představení výzkumu a jeho cíle, ujištění o anonymitě, mé kontaktní údaje a poděkování za vyplnění dotazníku. Ač byl systém rozdělování výdajů prodiskutován, v těle dotazníku našli respondenti, jak již bylo napsáno výše, tabulku s rozdělením nejčastějších výdajů utracených v „místním“ a „nemístním“ území, podle které se mohli ještě lépe orientovat. Klíčovou částí dotazníku byla tabulka s možností vyplnění údajů v procentech či v korunách a to za zvolené období.

Úkolem dodavatelů i zaměstnanců bylo tedy v dotazníku uvést konkrétní sumu nebo procentuální rozdělení svých výdajů za vybrané období a rozřadit je dle geografického rozmístění.

10.6 Sběr dat

Samotný sběr dat proběhl kombinovaným způsobem. Z osobních schůzek a hlavně z telefonických kontaktů s respondenty a vyplněných dotazníků, byla získána kvantitativní

³⁸ Ve zkoumané lokalitě měli trvalé bydliště 4 zaměstnanci.

³⁹ Kutáček uvádí, že pokud je zkoumaná oblast větší, například okres nebo region, mohou se některé dopravní výdaje počítat jako místní [Kutáček, 2007: 53].

i kvalitativní data potřebná pro výpočet lokálního multiplikátoru 3. Podle Sackse a Kutáčka je vhodné provádět výzkum po březnovém termínu pro odevzdání daňového přiznání, aby organizace měla právě zpracované údaje za loňský rok [Kutáček, 2007; Sacks, 2002]. Toto doporučené načasování výzkumu bylo dodrženo, ale v českém prostředí má svá úskalí. Všechny organizace, které pro zpracování daňového přiznání využijí služeb daňového poradce, mohou totiž odevzdat toto přiznání až koncem června.⁴⁰

Pro první kolo výpočtu byla s jednatelem obchodu sjednána schůzka, kvůli zjištění příjmů prodejny a následně i stanovení výdajů a jejich geografického rozdělení pro druhé kolo výpočtu. Podle obou výše zmíněných příruček [Kutáček, 2007; Sacks, 2002] mělo jít o údaje, které má každá organizace snadno k dispozici. Nicméně jako problematické se ukázalo stanovení výdajů, protože vedení obchodu o nich nemělo okamžitý přehled a musely se dohledávat. Naopak velmi rychle dokázal jednatel obchodu určit, jací dodavatelé jsou „místní“. Čili, kteří dodavatelé mají sídlo v Plzni- město a Plzni – jih. A kteří zaměstnanci jsou z „místního“ území, neboť to se v tomto případě určuje podle místa trvalého bydliště.

Pro třetí kolo výpočtu lokálního multiplikátoru byly respondentům doručeny průvodní dopisy s dotazníky a mapou oblasti, která je hodnocena jako „místní“. Osloveni byli všichni „místní“ dodavatelé a zaměstnanci prodejny. Následující den bylo všech pět dodavatelů, kteří sídlí v označeném „místním“ území, telefonicky kontaktováno. Právě skrze telefonický kontakt došlo ještě jednou k prosbě o vyplnění dotazníků a upřesnění informací o výzkumu a požadovaných datech. Pravděpodobně i kvůli tomu, že dotazníky nebyly pouze rozeslány e-mailem, byla návratnost dotazníků poměrně vysoká a rychlá. Dva ze čtyř zaměstnanců ze zkoumané lokality poskytli potřebné údaje. Respektive dva zaměstnanci odevzdali dotazníky s pochybnými údaji⁴¹ a z toho důvodu byly tyto dotazníky z výzkumu vyloučeny. Čtyři z pěti dotazníků od dodavatelů byly vyplněny přibližně do týdne. Poslední dodavatel poskytl po připomenutí potřebné údaje do čtrnácti dnů. Všichni respondenti, kromě jednoho dodavatele, vyplnili údaje v procentech.

⁴⁰ Kvůli tomu se ve výzkumu muselo pracovat s příjmy a výdaji obchodu za rok 2013. To ale nemělo na výzkum vliv, protože u příjmů/výdajů nedošlo k výrazným změnám.

⁴¹ Dva ze čtyř zaměstnanců uvedli, že plných 100% výdajů utratili ve zkoumané lokalitě. Z důvodu obezřetnosti, aby nedošlo ke zkreslení výzkumu, byly tyto dotazníky vyřazeny.

Počet „místních“ dodavatelů	Počet dotazníků od „místních“ dodavatelů použitých ve výzkumu	Počet „místních“ zaměstnanců	Počet dotazníků od „místních“ zaměstnanců použitých ve výzkumu
5	5	4	2

10.7 Konečný výpočet LM3

Po sběru dat došlo ke zpracování poskytnutých informací a to pomocí programu MS Excel, což není nezbytný postup, ale umožňuje větší přehlednost. Při samotném zpracování dat dále došlo ke kontrole dotazníků, aby se zamezilo práci s pochybnými nebo nekompletními údaji.⁴²

V prvním kole výpočtu LM3 bylo postupováno standardně podle metodiky The Money Trail od autora Justina Sackse z roku 2002 a české publikace Penězům na stopě od Stanislava Kutáčka a Trastu pro ekonomiku a společnost z roku 2007. Stanovil se tedy čistý příjem prodejny za rok 2013, čili příjem po zdanění, který činil 13 525 698 Kč.

Ve druhém kole bylo nutné zjistit „místní“ výdaje obchodu. Celkové výdaje obchodu se tedy roztrídily na „místní“/„nemístní“. Přičemž podle příruček výpočtu lokálního multiplikátoru, jsou za výdaje utracené uvnitř zkoumané lokality, považovány především finance za „místní“ dodavatele, zaměstnance a za „nemístní“ výdaje jsou brány peníze za zaměstnance a dodavatele sídlící mimo zkoumanou lokalitu, dále daně, pojištění, palivo, energie apod.

Důležité bylo tedy zjistit, kteří zaměstnanci mají místo trvalého pobytu ve zkoumané lokalitě, a kteří dodavatelé sídlí v „místním“ území. Po zkoumání bylo 5 dodavatelů a 4 zaměstnanci zařazeni do „místní“ lokality. Bylo zjištěno, že ve druhém kole se utratilo 3 568 460 Kč „místně“.

⁴² Po kontrole byly vyřazeny dva ze čtyř dotazníků od zaměstnanců. Dále se tedy pracovalo se dvěma dotazníky od „místních“ zaměstnanců.

Struktura „místních“ výdajů:

Celkem vydáno „místně“: 3 568 460 Kč

- z toho „místním“ zaměstnancům: 442 320 Kč

- z toho „místním“ dodavatelům: 3 126 140 Kč

Pokud by se počítal lokální multiplikátor po těchto dvou kolech, výsledná hodnota LM 2 by činila 1,26 (kolo1-13 525 698 Kč + kolo2-3 568 460 Kč / kolo 1-13 525 698 = 1,26).

Ve třetím kole bylo zjišťováno, jak zaměstnanci a dodavatelé ze zkoumané lokality dále utrácí finance, respektive, kam jejich peníze dále putují, a zda se zdrží v místní ekonomice. Obchod odebíral zboží od pěti „místních“ dodavatelů. Šlo především o pečivo, maso, uzeniny a mošty. Z výdajů na „místní“ dodavatele (3 126 140 Kč) zkoumaného obchodu připadlo na Dodavatele 1 13%, na Dodavatele 2 připadlo 12%, na Dodavatele 3 26%, na Dodavatele 4 připadlo 18% a na Dodavatele 5 31%.

Výdaje obchodu na „místní“ dodavatele	100%
Dodavatel 1	13%
Dodavatel 2	12%
Dodavatel 3	26%
Dodavatel 4	18%
Dodavatel 5	31%

„Místní“ dodavatelé nakládali s financemi následovně:

	Utraceno „místně“	Utraceno „nemístně“
Dodavatel 1:	60%	40%
Dodavatel 2:	48%	52%
Dodavatel 3:	60%	40%
Dodavatel 4: ⁴³	80%	20%
Dodavatel 5:	55%	45%

Po přepočtení procent bylo zjištěno, že dohromady tito dodavatelé utratili 1 894 754 Kč „místně“.

Na výplaty čtyřem „místním“ zaměstnancům bylo vydáno celkem 442 320 Kč. Ve třetím kole výpočtu se ale dále pracovalo se dvěma dotazníky⁴⁴ od „místních“ zaměstnanců, kteří měli dohromady příjem 265 392 Kč. Přičemž tito dva zkoumaní zaměstnanci utratili dle dotazníků peníze takto:

	Utraceno „místně“	Utraceno „nemístně“
Zaměstnanec 1:	80%	20%
Zaměstnanec 2:	70%	30%

Po přepočtení „místních“ výdajů dvou zkoumaných zaměstnanců bylo zjištěno, že dohromady vydali 194 621 Kč čili 73 % svých finančních prostředků „místně“, což po převedení tohoto průměrného procenta⁴⁵ i na zbytek zaměstnanců činí 323 778 Kč „místních“ výdajů.

⁴³ Po delším rozhodování, zda tento výsledek korigovat, či jej úplně z výzkumu vyřadit, jsem se rozhodla data bez úprav zanechat a to z několika důvodů. Za prvé, jako jediný z dodavatelů uvedl tento své výdaje rozepsané a to i v Kč, což nenaznačuje neuvážený odhad. Za druhé, jak uvádí Kutáček: „Například projekty zaměřené na potraviny ukázaly, že farmáři utratí velkou část svých příjmů místně, v některých případech až 80%“ [Kutáček, 2007: 62].

⁴⁴ Dále bylo možné pracovat s 50% dotazníků od „místních“ zaměstnanců. Jeden pracovník je zaměstnán na plný a druhý na částečný úvazek.

⁴⁵ Tento postup využil i Došek při prvním pilotním výzkumu LM3 v České republice [Došek, 2006].

Údaje pro výpočet LM3 jsou následující:

Kolo 1 (celkový čistý příjem obchodu): 13 525 698 Kč

Kolo 2 („místní“ výdaje obchodu): 3 568 460 Kč

- personální „místní“ výdaje obchodu: 442 320 Kč
- výdaje obchodu na „místní“ dodavatele: 3 126 140 Kč

Kolo 3 („místní“ výdaje zkoumaných dodavatelů+zaměstnanců): 2 218 532 Kč

- „místní“ zaměstnanci utratili ve zkoumané lokalitě: 323 778 Kč
- „místní“ dodavatelé utratili ve zkoumané lokalitě: 1 894 754 Kč

Konečný výpočet byl proveden podle vzorce:

$$LM3 = \underline{\text{kolo 1} + \text{kolo 2} + \text{kolo 3}}$$

kolo 1

LM3 < 1;3 >

Výpočet:

$$LM3 = \underline{\text{kolo 1 (13 525 698 Kč)} + \text{kolo 2 (3 568 460 Kč)} + \text{kolo 3 (2 218 532 Kč)}}$$

kolo 1 (13 525 698 Kč)

Výsledná hodnota lokálního multiplikátoru 3 pro vybranou prodejnu s potravinami je **1,43**.

11 Interpretace výsledků LM 3 zkoumané prodejny

Výsledná hodnota lokálního multiplikátoru 3 ukazuje, jak velký byl celkový příjem pro místní ekonomiku. Hodnota LM 3 pro zkoumanou prodejnu potravin je 1,43. Tento výsledek můžeme interpretovat tak, že každá koruna výdajů tohoto obchodu vytvoří 1,43 Kč pro lokální ekonomiku, nebo že každá koruna výdaje prodejny vytvoří 0,43 Kč příjmu navíc pro místní ekonomiku.

Může se zdát, že výsledná hodnota nabývá malých hodnot, ale pokud by každá firma v okrese Plzeň-město/ Plzeň-jih přispěla do místní ekonomiky 0,43 Kč, mohlo by dojít k významnému oživení této ekonomiky. Výpočet LM 2 dosahoval hodnoty 1, 26. Po výpočtu třetího kola se hodnota LM 3 významně zvýšila, a to o 0, 17. „Místní“ dodavatelé a zaměstnanci⁴⁶ mají tedy velké výdaje v místní ekonomice.

Přes uvedené výpočty a jejich interpretaci nelze určit, zda má obchod pozitivní vliv na místní ekonomiku. Výsledná hodnota LM3 (1,43) se totiž výrazně nepřibližuje ani k jedné z limitních hodnot pro lokální multiplikátor 3. Přičemž limitními hodnotami LM 3 jsou 1,00 a 3,00 a reálná nejvyšší dosažená hodnota LM3 pro subjekt, který je plátcem daně je 2,20.

12 Diskuze

Lokální multiplikátor 3 je indikátor, a jako takový neposkytuje zcela neměnná data. U výsledné hodnoty LM 3 pro zkoumanou prodejnu by došlo ke změně, pokud by se zvolila jiná „místní“ oblast, jako lokalita výzkumu. Jelikož obchod má většinu dodavatelů a všechny zaměstnance z Plzeňského kraje, výsledek LM 3 pro širší území, za který by byl multiplikátor počítán, by dosahoval vyšších hodnot.

12.1 Náměty a doporučení

Provedený výpočet lokálního multiplikátoru může například pomoci v rozhodování o dalších aktivitách subjektů nebo zlepšení pochopení jejich dopadu na místní ekonomiku

⁴⁶ Z dotazníků pro zaměstnance dále vyplynulo, že dva místní zaměstnanci utrací z „místních“ výdajů 20%-30% v okrese Plzeň-město/Plzeň-jih za potraviny a nápoje v menších „lokálních“ obchodech (např. farmářský obchod, pekařství, uzenářství apod.), na trhu atd.

či alespoň zvýšením zájmu o fungování místní ekonomiky. Toho se částečně podařilo docílit – ze strany zkoumaného obchodu je zájem o sdělení výsledků šetření a jeho vysvětlení a i ze strany dodavatelů byl zaznamenán zájem o danou problematiku.

Při použití metody výpočtu lokálního multiplikátoru 3 v českém prostředí, bych v přípravné fázi doporučovala od zkoumaného subjektu zjistit, zda využívá služeb daňového poradce, aby se lépe určilo zkoumané období. Dále se ve výzkumu osvědčilo vložit tabulku s nejčastějšími výdaji do dotazníků pro snadnější orientaci respondentů.

ZÁVĚRY

Tato diplomová práce se zabývala především místními potravinami, lokální ekonomikou a indikátorem udržitelného rozvoje - lokálním multiplikátorem, který slouží ke zkoumání toků peněz na daném místě a umožňuje poskytnout informace o tom, do jaké míry zůstávají vydané finance ve zkoumané lokalitě.

Výzkumným problémem byly místní potraviny, jejichž prospěšnost a důležitost podpory jejich prodeje byla uvedena v teoretické části práce a dále byly popsány způsoby prodeje místních potravin v Plzni.

Jedním ze splněných cílů práce byla i aplikace indikátoru LM 3 v českém prostředí. V České republice byl zatím realizován jen malý počet šetření. Pokud ale naroste počet výzkumů, kde bude použit lokální multiplikátor 3, může pak dojít i k meziregionálnímu srovnání, které napoví o „lokalizačním potenciálu“ dané oblasti [Kutáček, 2007: 10].

Hlavním cílem práce, bylo vypočítat a vyhodnotit výsledek lokálního multiplikátoru 3 pro vybraný obchod s místními potravinami v Plzni.

Výsledná hodnota LM 3 pro zkoumanou prodejnu s potravinami je 1,43. Není tedy možné jednoznačně hovořit o výrazném přínosu pro danou lokalitu. Nicméně výpočet LM 3 i pro další firmy a podniky působící v daném území či lokalitě, by napomohl regionálnímu managementu a rozhodování o podpoření investic, z pohledu jejich přínosu lokální ekonomice.

Je třeba mít na paměti, že lokální multiplikátor 3 je poměrně nový nástroj, který byl vytvořen jako prostředek pro kvantifikaci ekonomické lokalizace. Účelem tohoto indikátoru, je poskytnout obecný pohled na zkoumání lokální ekonomiky, ne přesná, neměnná data.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

- **Seznam literatury**

Bauman, Zygmunt. 2000. Globalizace. Důsledky pro člověka. Praha: Mladá fronta.

Beck, Ulrich. 2007. Co je to globalizace?. Omyly a odpovědi. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Braniš, Martin. 2011. Uživí nás planeta?. (Země jako velkovýkrma lidí). Mezřický, Václav (ed.). 2011. Perspektivy globalizace. Praha: Portál.

Cavanagh, John; Mander, Jerry. 2004. Alternatives to economic globalization: a better world is possible. San Francisco: Berrett-Koehler.

Ehl, Martin. 2001. Globalizace pro a proti. Praha: Academia.

Featherstone, Mike, Lash, Scott, Roberston, Roland (ed.). 1995. Global modernities. London: Sage Publications.

Giddens, Anthony. 1999. Sociologie. Praha: Argo.

Gore, Al. 1994. Země na misce vah. Ekologie a lidský duch. Praha: Argo.

Hendersonová, Hazel. 2001. Za horizontem globalizace. Utváření udržitelné globální ekonomiky. Praha: DharmaGaia.

Hines, Colin. 2000. Localization. A global manifesto. London: Earthscan.

Johanisová, Naďa. 2008. Kde peníze jsou služebním, nikoliv pánem. Výpravy za ekonomikou přátelskou přírodě a člověku. Volary: Stehlík.

Mezřický, Václav. 2011. Globalizace a perspektivy globálního světa. Mezřický, Václav (ed.). 2011. Perspektivy globalizace. Praha: Portál.

Moldan, Bedřich. 2009. Podmaněná planeta. Praha: Karolinum.

Norberg-Hodge, Helena a kol. 2002. Bringing the food economy home: local alternatives to global agribusiness. London: Zed Books.

Pieterse, N. Jan. 1995. Globalization as hybridization. Featherstone, Mike, Lash, Scott, Roberston, Roland (ed.). 1995. Global modernities. London: Sage Publications.

Pithart, Petr. 2011. Národní státy v procesu globalizace. Mezřický, Václav (ed.). 2011. Perspektivy globalizace. Praha: Portál.

Pretty, Jules. 2002. Agri-culture. Reconnecting people, land and nature. London: Earthscan Publications.

Robertson, Roland. 1992. Globalization. Social theory and global culture. London: Sage.

Robertson, Roland. 1995. Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity.

Schumacher, E. Friedrich. 2000. Malé je milé. Brno: Doplněk.

Shuman, Michael. 2006. The small-mart revolution: how local businesses are beating the

global competition. San Francisco: Berrett-Koehler.

Sojka, Milan. 1999. John Maynard Keynes. A současná ekonomie. Praha: Grada Publishing.

Šauer, Petr. 2007. Kapitoly z environmentální ekonomie a politiky. I pro neekonomy. Praha: Karlova Univerzita v Praze.

• Seznam internetových zdrojů

Aftcr.cz. [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <<http://www.aftcr.cz/>>

Babička, Luboš. 2012. Průvodce světem potravin. Rady spotřebitelům, na co si dát pozor při nakupování a manipulaci s potravinami. Praha: Ministerstvo zemědělství. [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/file/212408/Pruvodce_svetem_potravin_web.pdf>

Bedyňkyplzen.cz. [online]. [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <<http://www.bedyňkyplzen.cz/>>

Bedýňky-farmářský obchod.cz [online]. [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <<http://www.farmarsky-obchod.cz/eshop/>>

Billa ČR, 2015. Tisková zpráva 7. 1. 2015. Regionální potraviny našly stálé místo v prodejnách BILLA. [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <https://www.billa.cz/On%3%A1s/Tiskov%C3%A9_zpr%C3%A1vy/Tiskov%C3%A1_zpr%C3%A1va_7__1__2015/9__2__2015%2c_BILLA_%C4%8CR%2c_Region%C3%A1ln%C3%AD_potraviny_na%C5%A1ly_st%C3%A1l%C3%A9_m%C3%ADsto_v_prodejn%C3%A1ch_BILLA/dd_bi_subpage.aspx>

CENIA. 2013. Místní Agenda 21 (MA21). [online]. [cit. 2015-05-30]. Dostupné z: <<http://www1.cenia.cz/www/ma21> >

Čáslavka, Jiří. 2010. Krok za krokem k překročení perspektivy HDP. Ptáčková, Kateřina (ed.); Skalík, Jan (ed.). 2010. Indikátory blahobytu. Všechno, co jste kdy chtěli vědět o štěstí (ale báli jste se zeptat). Praha: Apel. [online]. [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: <http://www.zelenykruh.cz/dokumenty/indikatory-blahobytu-2010.pdf>

Český statistický úřad, Plzeň. 2014 a). Statistická ročenka Plzeňského kraje 2014. Plzeň: Krajská zpráva Českého statistického úřadu. [online]. [cit. 2014-05-18]. Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/25911846/33010814.pdf/30442e23-a8c7-4d1f-b16a-b01177ad32cd?version=1.0> >

Český statistický úřad, Plzeň. 2014 b). Základní tendence demografického, sociálního ekonomického vývoje Plzeňského kraje v roce 2013. Plzeň: Krajská zpráva Českého statistického úřadu. [online]. [cit. 2014-05-18]. Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/20543115/33013314.pdf/ae7d36ef-6d96-4827-9192-f3f30e481a22?version=1.0> >

Český statistický úřad, Plzeň. 2012. Okresy. [online]. [cit. 2014-05-18]. Dostupné z: <<https://www.czso.cz/csu/xp/okresy> >

Český statistický úřad. 2015. Analýza: Český potravinářský průmysl se zvedá. Praha: Český statistický úřad. [online]. [cit. 2014-05-16]. Dostupné z: <<https://www.czso.cz/csu/czso/cris/analyza-cesky-potravinarsky-prumysl-se-zveda> >

Český úřad zeměměřický a katastrální. 2015. Souhrnné přehledy o půdním fondu z údajů katastru nemovitostí České republiky. Praha: Zeměměřický úřad. [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <<http://www.cuzk.cz/Periodika-a-publikace/Statisticke-udaje/Souhrne> >

prehledy-pudniho-fondu/Rocenska_pudniho_fondu_2015.aspx >

Došek, Miloslav. 2006. Lokální multiplikátor jako indikátor lokalizace. Případová studie obchodních subjektů ve vymezené oblasti Litoměřicka. Diplomová práce na katedře Humanitní environmentalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně.

ECEAT. Definition of Sustainability in professional cooking and qualification standards at the operational level. Leonardo da Vinci Partnership Project 2010-2012. [online]. [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <<http://www.eceat.cz/sustainable-cooking/>>

Envic.cz. Potraviny a gastronomie. [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <<http://www.envic-sdruzeni.cz/potraviny-gastronomie/>>

eAGRI. 2014. Marian Jurečka: Lidé začínají při nakupování uplatňovat zdravý regionální patriotismus [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/ministr/vystoupeni-a-clanky/marian-jurecka-lide-zacinaji-pri.html>>

eagri.cz. Prodej ze dvora. [online]. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/prodej-ze-dvora/>>

Ec.europa.eu. Food waste. [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/index_en.htm>

Evropská komise. 2014. Politiky Evropské unie. Zemědělství. Partnerství mezi Evropou a zemědělci. Lucemburk: Úřad pro publikace Evropské unie. [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <<http://bookshop.europa.eu/cs/zem-d-lstv pbNA0414861/?CatalogCategoryID=1uwKABstHaoAAAEjB5EY4e5L>>

FAO. Agri–environmental statistics. [online]. [cit. 2015-04-18]. Dostupné z: <<http://www.fao.org/economic/ess/agri-environment/en/>>

Farmarskyobchod.cz. [online]. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <<http://www.farmarsky-obchod.cz/>>

Farmarskeslavnosti.cz. O projektu. [online]. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/farmarske-slavnosti/o-projektu/>>

Foodnet.cz . [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <<http://www.foodnet.cz/slozka/?jmeno=Zna%C4%8Dka+%22%C4%8Cesk%C3%BD+v%C3%BDrobek%22&id=1086>>

Fraňková, Eva. 2012. Udržitelný nerůst. Definice, argumenty, otevřené otázky. Praha: Glopolis. [online]. [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: <<http://glopolis.org/cs/clanky/briefing-paper-udrzitelny-nerust/>>

Fraňková, Eva. 2015. Lokální ekonomiky v souvislostech aneb Produkce a spotřeba z blízka. Brno: Munipress [online]. [cit. 2015-06-02]. Dostupné z: <http://humenv.fss.muni.cz/wp-content/uploads/Johanisov%C3%A1_Ekologick%C3%A1-ekonomie_ekniha.pdf>

Hnutí Duha. 2015. Lokální potraviny!. Co si Češi opravdu myslí?. [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <http://hnutiduha.cz/sites/default/files/publikace/2015/03/lokalni_potraviny_co_si_cesi_mysli.pdf>

Hrnčířová, Dana a kol. 2012. Výživa a zdraví. Praha: Ministerstvo zemědělství. [online]. [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/file/212427/Vyziva_a_zdravi.pdf>

Jackson, Tim. 2009. Prosperity without growth?. The transition to a sustainable economy. Sustainable development commission. [online]. [cit. 2014-05-04]. Dostupné z: <<http://www.slideshare.net/Calion/prosperity-without-growth-report>>

Kutáček, Stanislav (ed.). 2007. Penězům na stopě. Měření vašeho dopadu na místní ekonomiku pomocí LM3. Brno: Trast pro ekonomiku a společnost. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <<http://www.thinktank.cz/fileadmin/thinktank-upload/texty/TES-penezum-na-stope.pdf>>

Kodex farmářských trhů. 2011. [online]. [cit. 2015-05-20]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/file/120003/Kodex_farmarskych_trhu.pdf>

Localfutures.org. [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <<http://www.localfutures.org/about/>>

Moldan, Bedřich. 2010. Úvod: Co jsou to indikátory blahobytu?. Ptáčková, Kateřina (ed.); Skalík Jan (ed.). 2010. Indikátory blahobytu. Všechno, co jste kdy chtěli vědět o štěstí (ale báli jste se zeptat). Praha: Apel. [online]. [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: <<http://www.zelenykruh.cz/dokumenty/indikatory-blahobytu-2010.pdf>>

Nasgrunt.cz. [online]. [cit. 2014-05-16]. Dostupné z: <<http://www.nasgrunt.cz/1-uvod.html>>

Nejvyšší kontrolní úřad, Odbor komunikace. 2014. Ministerstvo poslalo na kampaně na podporu potravin za šest let 1,4 miliardy korun, platily se z nich i indické masáže. [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <<http://www.nku.cz/cz/media/ministerstvo-poslalo-na-kampane-na-podporu-potravin-za-sest-let-1-4-miliardy-korun--platily-se-z-nich-i-indicke-masaze--id7194/>>

Newsletter MZe. 2014. č. 3. Praha: Ministerstvo zemědělství. [online]. [cit. 2014-05-03].

Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/file/320299/newsletter_MZe_3_2014_final.pdf >

Norberg-Hodge, Helena. 2010. The Case for local food. [online]. [cit. 2015-05-08]. Dostupné z: <<http://www.localfutures.org/the-case-for-local-food/>>

Pepřík, Šimon. 2014. Background report. UNEP. Lokální zemědělství. Pražský studentský summit. Praha: AMO. [online]. [cit. 2015-03-22]. Dostupné z:<http://www.student-summit.cz/data/1421775160656UNEP_III.pdf>

Plzeňské farmářské trhy. [online]. [cit. 2015-05-15]. Dostupné z:<<http://www.plzensketrhy.cz/plzenske-farmarske-trhy/>>

Ptáčková, Kateřina (ed.); Skalík Jan (ed.). 2010. Indikátory blahobytu. Všechno, co jste kdy chtěli vědět o štěstí (ale báli jste se zeptat). Praha: Apel. [online]. [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: <<http://www.zelenykruh.cz/dokumenty/indikatory-blahobytu-2010.pdf> >

Regionalnipotravina.cz. Značka Regionální potravina oceňuje ty nejlepší výrobky z každého kraje. [online].[cit. 2015-05-10]. Dostupné z:<<http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/> >

Regionální potravina. 2015. [online]. V Plzeňském kraji se soutěžilo o značku Regionální potravina. [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/aktuality/v-plzenskem-kraji-se-soutezilo-o-znacku-2.html> >

Regionalni-znacky.cz. Co je regionální značení výrobků, služeb a zážitků?. [online].[cit. 2015-05-10]. Dostupné z: <<http://www.regionalni-znacky.cz/> >

Rockström, Johan a kol., 2009. Planetary boundaries:exploring the safe operating space for humanity. Ecology and Society 14(2): 32. [online]. [cit. 2015-04-27]. Dostupné z:

<<http://www.ecologyandsociety.org/vol14/iss2/art32/>>

ROP Jihozápad. 2015. Regionální operační program Jihozápad. [online]. [cit. 2015-06-10]. Dostupné z: <<http://www.rr-jihozapad.cz/?menu=rop-jihozapad&art=rop-jihozapad> >

Sacks, Justin. 2002. The Money Trail. Measuring your impact on the local economy using LM3. London: New Economics Foundation and The Countryside Agency. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.neweconomics.org/publications/entry/the-money-trail> >

Slow Food. 2009. Slow Food - Je tisíc důvodů proč se k nám přidat! Projekty. [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <<http://www.slowfood.cz/slow-food-projekty> >

Standardy AFT ČR. [online]. [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <http://www.after.cz/standardy-aft-cr-_kodex_ >

Strategie regionálního rozvoje. 2013. Strategie regionálního rozvoje ČR 2014-2020. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. [online]. [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/getmedia/08e2e8d8-4c18-4e15-a7e2-0fa481336016/SRR-2014-2020.pdf?ext=.pdf> >

Suková, Irena. 2014. Označování potravin. Průvodce pro spotřebitele. Praha: Ministerstvo zemědělství. [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <<http://www.bezpecnostpotravin.cz/UserFiles/publikace/Oznacovani%20potravin%20-%20posledni%20verze%20web.pdf> >

Sustainability cooking. National surveys on cooking training. Leonardo da Vinci Partnership Project 2010-2012. [online]. [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <<http://www.eceat.cz/sustainable-cooking/> >

Svetbedynek.cz. [online]. [cit. 2015-05-15]. Dostupné z:
<http://plzen.svetbedynek.cz/o_nas_pm/ >

Tichá, Marie; Černík, Bohumil. 2006. Porovnávání environmentálních dopadů nápojových obalů v ČR metodou LCA. Děčín: MT Konzult. [online]. [cit. 2015-04-18]. Dostupné z:
<http://vskp.vsb.cz/document_root/soubory/lca-napojove-obaly.pdf >

UN. 2013. World population projected to reach 9.6 billion by 2050 – UN report. [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <<http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=45165&Cr=population&Cr1=#.VWR7fEY8WcY> >

Upravená mapa. Plzeňský kraj. Okresy. [online]. Dostupné z: <http://www.plzensky-kraj.cz/_application/pub/file_show.asp?name=1004102120102164358.jpg >

Václavík, Tomáš. 2008. Jak úspěšně vytvořit a provozovat systém „biobedynek“. Brno: Ministerstvo Zemědělství ČR. [online]. [cit. 2015-05-21]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/uploads/download/Jak_vytvorit_a_uspesne_provozovat_system_biobedynek.PDF >

Vimcojim.cz . Vím, co jím a piju. [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z:
<<http://www.vimcojim.cz/cs/vim-co-jim/> >

VSKP. Life cycle assesment (LCA). [online]. [cit. 2015-04-18]. Dostupné z: <<http://vskp.vsb.cz/oblast-lca/> >

WHO.cz . 2015. 7. dubna 2015 – Světový den zdraví: Bezpečné potraviny. [online]. [cit. 2015-05-08]. Dostupné z: <<http://www.who.cz/7dubna-svetovy-den-zdravi.html> >

World Health Organization. 2014. Global status report on noncommunicable diseases 2014. Geneva: WHO Press. [online]. [cit. 2015-05-09]. Dostupné z: <<http://apps.who>

.int/iris/bitstream/10665/148114/1/9789241564854_eng.pdf?ua=1 >

WWF. 2014. Living planet report 2014. Species and spaces, people and places. Gland:

WWF. [online]. [cit. 2015-04-16]. Dostupné z: <http://wwf.panda.org/about_our_earth/all_publications/living_planet_report/>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: Mapa - „Místní“ oblast, lokalita výzkumu

Příloha B: Průvodní dopis - dodavatelé

Příloha C: Průvodní dopis - zaměstnanci

Příloha D: Dotazník – dodavatelé

Příloha E: Dotazník – zaměstnanci

Příloha F: Projekt k diplomové práci