

**Zpráva k závěrečnému průzkumu
postojů účastníků projektu**



Zpracovali: Pavel Pařízek, Jan Valeška, PRO-BIO LIGA

Datum zpracování: 30. listopadu 2011

Obsah

| | |
|--|---|
| 1. Metodologie | 3 |
| 2. Výsledky | 3 |
| 2.1. Školy | 3 |
| 2.1. Shrnutí..... | 3 |
| 2.1.2. Spokojenost se vzdělávací podporou..... | 4 |
| 2.1.3. Používání bio ve školách..... | 5 |
| 2.1.3. Překážky a problémy | 6 |
| 2.1.4. Budoucnost | 6 |
| 2.2. Dodavatelé..... | 7 |
| 2.2.1. Shrnutí | 7 |
| 2.2.2. Spokojenost s dodáváním do škol..... | 7 |
| 2.2.3. Účast na akcích..... | 7 |
| 2.2.4. Budoucí dodávání do škol..... | 8 |

1. Metodologie

Informace o zkoumaném vzorku

Celkem se průzkumu účastnilo: 39 respondentů

- Školy: 19
- Dodavatelé: 20

(V rámci výzkumu byli osloveni všichni účastníci projektu, ale od některých jsme nebyli schopni získat informace z technických či osobních důvodů)

Sběr dat

Sběr informací proběhl během měsíce listopadu 2011 telefonickým dotazováním.

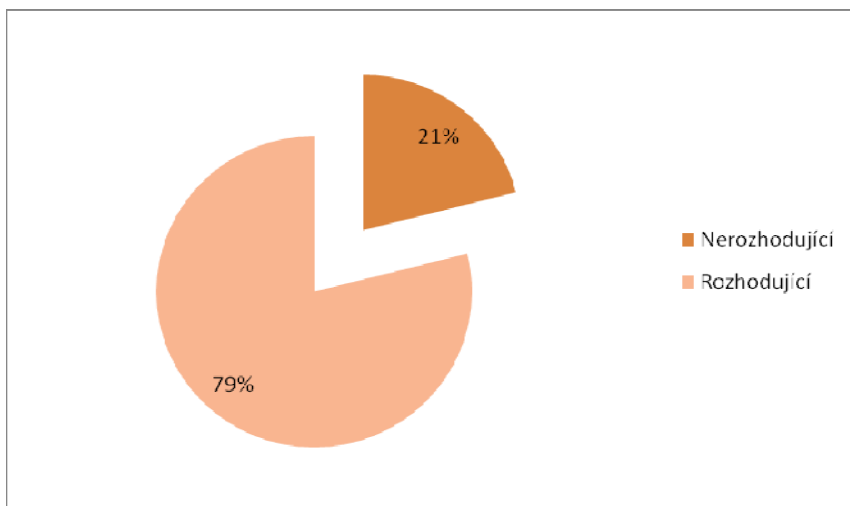
2. Výsledky

2.1. Školy

2.1. Shrnutí

Hlavní problémem škol zapojených do projektu Bioškoly je cena potravin. Cena je limitujícím faktorem číslo jedna, který by do budoucna potřebovaly školy vyřešit, aby mohly používání biopotravin rozšířit. Navrhované řešení je snížení cen u dodavatele/distributora a dotace. Dvě školy vyjádřily obavu z budoucího používání bio z hlediska růstu DPH. Pro soukromé a menší zařízení cena nebyla tak velký problém.

Graf 1: Cena jako hlavní rozhodující faktor

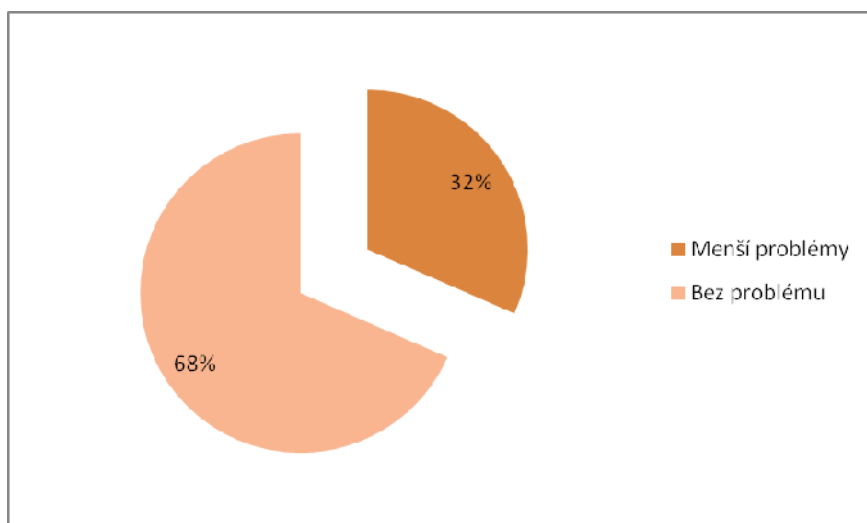


Školy velice kladně hodnotí vzdělávací část projektu, velkou podporu pro ně představovaly zejména kurzy vaření. Nevyskytly se zde žádné velké problémy a hodně si cení praktického přínosu vzdělávání. Vzdělávání jim umožnilo získat informace ke startu projektu, zavést nové výrobky a postupy, seznámit děti a rodiče s biopotraviny. O všechny aktivity vyjádřily zájem i do budoucna.

Reakce dětí na bio jídlo byly za začátku odmítavé z důvodu novosti, ale rychle se adaptovaly. Reakce rodičů jsou neurčitě. Většina je k projektu pasivní. Menšina rodičů se dělí na ty, kteří problematice biopotravin rozumí (ti projekt vítají) a ty kteří vyjadřují obavy z růstu cen (ti mají k biopotraviny spíše negativní vztah).

Z hlediska dodávek zboží se nevyskytly větší problémy. U některých škol ze vzdálenějších regionů se vyskytují problémy v zavážce. Šíře a kvalita sortimentu byla povětšinou dostačující. Spolehlivost dodávek nebyla problematická.

Graf 2: Výskyt problému v dodávkách



Celkové hodnocení projektu vyznívalo převážně kladně. Projekt byl podle nich organizačně zvládnut. Umožnil jim zavést používání biopotravin a propojit jej i s rodiči. Největší přínos tak měl projekt pro školy, které s bio začínaly. Pro školy, které se hodnotí jako náročnější klienti či měly s bio již vlastní zkušenosti, měl projekt menší přínos. Převažuje postoj, že projekt má dobrou myšlenku. Do budoucna by školy potřebovaly větší institucionální podporu ze strany MŠMT, snížení cen potravin a dotace.

2.1.2. Spokojenost se vzdělávací podporou

V sekci vzdělávací podpory vyjadřovaly školy z položek sledovaných výzkumem nejvíce kladného hodnocení. Nevyskytnul se zde také žádný výrazný problém. O veškeré aktivity projevil zájem i do budoucna.

Vaření: Jedna z nejčastěji pořádaných akcí a nejlépe hodnocených. Pro školy to představovalo velice praktickou pomoc. Přínos vidí ve vysvětlení nových postupů, seznámení s novými druhy potravin. Vaření jim pomáhá motivovat personál, u kterého vidí jako důvod negativního přístupu k biopotravinám a strach z nových věcí. Provedení a organizace byla profesionální a nebyl nalezen problém. Ohlasy u dětí byly pozitivní, jak kvůli novému jídlu tak hlavně proto, že jim vařil muž. Nejčastější problémy byly v odmítání jídla některými dětmi. Zde byl problém v novosti jídla a jiné chuti.

Exkurze: Celkové hodnocení exkurzí ze strany škol bylo velmi kladné. Hlavní přínos vidí školy v názorné ukázce, co vlastně bio znamená. Děti mohou vidět vše na vlastní oči a to také usnadňuje pedagogům následný výklad. Děti reagovaly na exkurze většinou nadšením. Organizace a provedení byly ve většině dobře zvládnuté. Vyskytly se technické problémy s odjezdy autobusů a některé farmy nebyly dobře pedagogicky připravené na předškolní děti.

Jarmarky: Celkové hodnocení velmi pozitivní. Jarmark měl vždy velmi pozitivní ohlas u široké veřejnosti. Pro školy měl jarmark přínos v překonávání nedůvěry ze strany rodičů, rodiče měli možnost sami poznat, že dodavatelé nejsou podvodníci. Dále si školy cení praktické formy seznámení s biopotravinami, seznámení s výrobky a navázání nových obchodních vztahů.

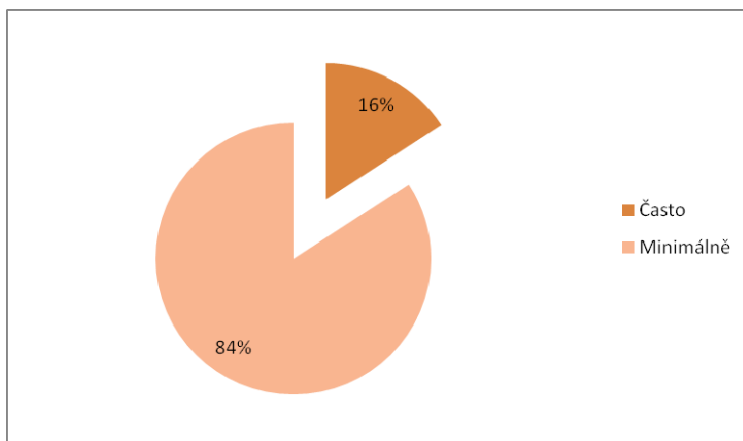
Organizace a průběh akce byl vždy bez problémů. Pouze jeden z jarmarků utrpěl malou účastí, jinak byla velká účast.

Seminář: Nebylo možno přesně vyhodnotit. Školy si pletly různé semináře a konference dohromady. Pokud se účastnily, hodnotily akci vždy kladně. Cení si navázání nových kontaktů a získání informací, které vyřešily jejich problémy. Nevyskytly se žádné problémy.

Tiskoviny: Představují většinou pro školy především usnadnění komunikace mezi školou a rodiči. Šetří jim čas s vysvětlováním problematiky. Cení si i informační hodnotu publikací pro sebe. Tištěné informace byly podle nich profesionálně a přehledně zpracované. Nejčastější využití tiskovin byla ve formě rozdávání rodičům, na nástěnkách či www stránkách. Přestože si většinou tiskovin cení, vnímají omezenou účinnost, které tiskoviny obecně mají. Z tohoto hlediska si myslí, že tištěné materiály měly spíše malý přínos.

Webové stránky: Většina oslovených škol, zná webové stránky pro projekt Bioškoly a využila je. Stránky byly většinou využívány ze začátku vstupu do projektu, později již školy pro stránky nenašly využití. Některé školy stránky využívaly nepřetržitě, bylo jich ale minimum. Z hlediska zpracování stránek nebyl nalezen žádný problém, hledané informace většinou vždy našly. Zajímavý byl návrh na zpracování stránek podobou metodického portálu RVP (www.rvp.cz). Škola by uvítala možnost sdílet zkušenosti s ostatními členy projektu.

Graf 3: Četnost využití webových stránek



2.1.3. Používání bio ve školách

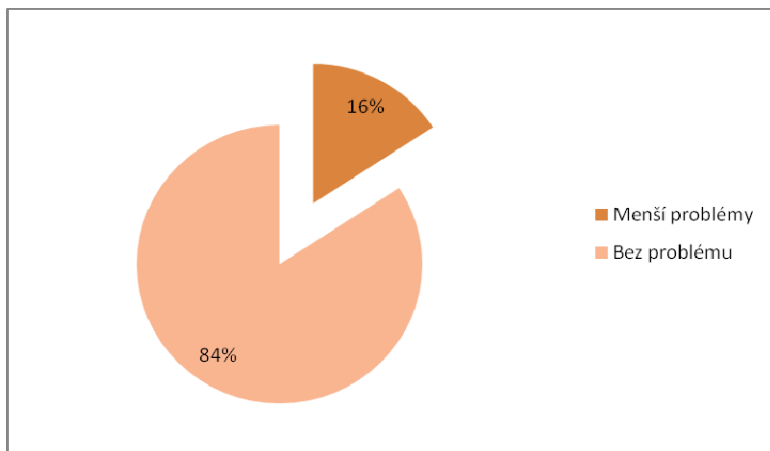
Reakce: Rodiče reagovali podle předchozího zájmu o biopotraviny. Pokud se zajímali již předem, jejich reakce byly pozitivní. Tento druh rodičů byl v menšině. Majoritní většina rodičů se o projekt příliš nezajímala. Jejich reakce byla ambivalentní. Někdo to viděl jako zpestření jídelníčku, někdo se obával zvyšování cen, či bio považuje pouze za módu. Ze stran neseznámených rodičů byly někdy znát předsudky

Reakce dětí závisela na rodinném zázemí. Děti s vlastní zkušeností z domova problémy neměly žádné. Většina dětí se na nový druh stravy musela ale adaptovat. Jídla pro ně byla jak chuťově tak vzhledově nová. Většinou je děti ze začátku odmítaly, ale časem si zvykly a v současnosti již nejsou žádné problémy.

Dodávky: Šíře a druh sortimentu nabízených společností Country Life byla pro většinu škol vyhovující. Pro tři školy ale vyhovující nebyla, a hledaly si další dodavatele. Ozvaly se negativní hlasy na velké zastoupení zahraničních výrobků v nabídce Country Life. Vzhledem k cenám biopotravin, byly některé suroviny mimo nákupní možnosti škol, zde šlo především o maso. Viz

překážky: [cena](#). Některý sortiment nebyl k dispozici v množství a druhu jak škola požadovala (např. jogurt). Kvalita zboží byla většinou bez problému.

Graf 4: Kvalita potravin



Spolehlivost závazek většinou opět bez problému. Pokud byla škola mimo hlavní region, vyskytly se někdy problémy s přesností dodávky. Čtyři školy hodnotily systém dodávek a objednávání jako neflexibilní, zbytečně jim přidělává práci.

2.1.3. Překážky a problémy

- **Cena:** hlavní problém v používání bio pro školy. Pro soukromé a menší zařízení, nebyla cena tak problematická jako u státních zařízení. Některé druhy sortimentu (maso) jsou pro školy tak drahé, že si ho nemohou vůbec dovolit. Školy se na to adaptují tak, že bio nakupují pouze jako přílohy. Jiné školy po nějakou dobu „šetří“ a potom udělají bio den. Některé školy zkoušely vyjednávat s rodiči o zvýšení cen za jídlo. Do budoucna některé školy vyjádřily obavu z hlediska růstu DPH. Některé školy označily Country Life za drahý velkoobchod. Byly si schopny samy sjednat dodávky za levnější ceny. Od projektu čekali větší slevu na nákup biopotravin.
- **Motivace:** Jedná se především o motivaci pracovníků kuchyní. Biopotraviny pro ně představují nové suroviny a postupy.
- **Předsudky:** Někteří lidé považují bio za módu a lobby. Podle nich není rozdíl mezi bio a normální surovinou.
- **Čas:** účast na projektu vyžaduje extra časovou investici. Administrativa a příprava jídel se zdvojuje.
- **Vzhled potravin:** chemicky neošetřené potraviny nevypadají někdy tak dobře
- **Vybavení a umístění školy.**

Realizátor: Ze strany realizátora, probíhalo vždy vše korektně, nevyskytly se žádné problémy.

2.1.4. Budoucnost

Aby mohly školy v „biostravování“ pokračovat a rozšiřovat jeho využívání potřebovaly by jednoduše snížit cenu potravin a mít více peněz. Ocenily by zapojení MŠMT do projektu a dotační zvýhodnění. Potřebovaly by také jiné školní a hygienické normy. Pomoc by jim také bylo praktické zaučování kuchařek a širší povědomí o biopotravinech u široké veřejnosti. Některé školy by ocenily větší aktivitu obchodních zástupců dodavatelů biopotravin.

2.2. Dodavatelé

2.2.1. Shrnutí

Hlavní formu zapojení do projektu představovaly pro dodavatele doprovodné akce. Dodavatele však čekali, že budou do projektu více zapojeni. Za nedostatečnou považují zpětnou vazbu od realizátora ohledně množství dodávaného zboží do projektu Bioškoly. Z uvedených důvodů jsme nebyli schopni zjistit spokojenost s objemem dodávek. S realizátorem mají všichni korektní obchodní vztahy a považují ji za profesionální společnost.

Dodavatelé se zapojovali do doprovodných akcí podle svých možností. Hlavním přínosem je pro ně možnost propagace svých výrobků a navázání nových obchodních vztahů. Hlavní důvod neúčasti byly časové a vzdálenost pořádané akce. V organizaci akcí nebyl odhalen žádný problém. Dodavatelé vyjádřili svůj zájem účastnit se podobných akcí i do budoucna.

V otázce budoucího dodávání biopotravin do škol byly dodavatelé nerozhodní. Největší překážky představuje logistika a slabá nákupní síla škol. Preferovaná forma vstupu do škol by byla přes velkododavatele a v případě možnosti přímé dodávky.

2.2.2. Spokojenost s dodáváním do škol

Dodavatelé měli problém vyjadřovat se k dodávkám do škol z důvodu nedostatku informací.

Přístup realizátora: z hlediska chování firmy CL nebyly nalezeny žádné problémy. Všichni dodavatelé vnímají firmu jako korektní a profesionální.

Objem dodávek: Dotázaní neměli přehled o tom, kolik z jeho produkce jde do projektu Bioškoly. Z tohoto důvodu vznikal pocit neúčasti na projektu.

Vhodnost odebíraných surovin: nezodpověditelná otázka

2.2.3. Účast na akcích

Přínos pro dodavatele

- Propagace
- Navázání nových obchodních kontaktů
- Přímý styk se zákazníky
- Možnost udělat něco dobrého. Někteří dodavatelé (jednalo se především o větší dodavatele) vnímají, že z hlediska rentability jsou podobné akce zanedbatelné a jsou spíše prodělečné. Nicméně se jich rádi účastní, protože hnutí bio je pro ně osobní „srdeční“ záležitost. Podobné akce potom vnímají jako službu veřejnosti a dobrou věc.

Zájem o podobné akce do budoucna: Dodavatelé vnímají tento způsob propagace jako rentabilní. Rádi by se účastnili i v budoucnu.

Spokojenost s organizací: Zde nebyly nalezeny žádné problémy. Akce byly podle dodavatelů vždy zvládnuté profesionálně.

Hlavní důvody neúčasti

- Poloha dodavatele: pro dodavatele ze vzdálených regionů nebyly návštěva na akcích rentabilní

- Časová vytíženost: Zde se jednalo především o dodavatele-zemědělce. Pokud se akce konaly například v časech sklizní, nemohli se vzdát.
- O akci nevěděli: Jednalo se především o zemědělce z odlehlých regionů.

2.2.4. Budoucí dodávání do škol

Na otázku, zda by uvažovali o dodávání do škol i v budoucnu nebyla většinou jednoznačná odpověď. Menší dodavatelé s malým sortimentem zájem většinou měli, ale nemohou si dovolit samostatný marketing a logistiku. Větší dodavatele byli většinou nerozhodní.

Faktory zájmu ze strany dodavatelů

- Složení vlastního sortimentu: zde rozhoduje jeho šíře a druh. Pro dodavatele s doplňkovým či luxusním zbožím jsou školy nerentabilní.
- Lokace dodavatele: pokud je dodavatel z odlehlého regionu, dodávky se pro něj stávají nerentabilní.
- Druh škol: dodavatelé se spíše budou soustředit na soukromé než státní školy, protože si myslí, že mají více peněz.
- Logistické vybavení: hlavní faktor zájmu ze strany dodavatelů.

Hlavní argumenty pro vstup na školní trh

- Ekonomické zájmy: je to další zákazník jako každý druhý.
- Je to dobrá věc: děti by měly mít přístup ke kvalitním potravinám.

Hlavní argumenty proti vstupu na školní trh

- Množství objednávek + závazka: školy nejsou většinou velcí odběratelé zboží. Samostatné závazky se stávají nerentabilní
- Cena: hlavní faktor: většina dodavatelů si jednoduše myslí, že školy si jejich zboží nemohou dovolit.
- Sezónní výpadek: školy objednávají pouze deset měsíců v roce.
- Nedostatek kontaktů

Způsob distribuce na trhu: zde nebyla nalezena jednoznačná volba distribuce. Větší dodavatelé jsou schopni dodávat lokálně vlastními prostředky a pro celostátní distribuci by volili většinou velkoobchodní distribuci. Malí dodavatelé volí většinou velkododavatele, ale někteří jsou schopni vlastní lokální distribuce. Na výběru velkododavatele jim nezáleží.

Otázka volby způsobu distribuce se trochu komplikuje ekologickým uvažováním dodavatelů. Většina dodavatelů nesouhlasila s tím, aby se zboží putovalo po republice tam a zpátky.