

**ANALÝZA SPOTŘEBITELSKÝCH CEN U KONVENČNÍCH A BIO MLÉČNÝCH  
VÝROBKŮ**  
**ANALYSIS OF CONSUMER PRICES FOR CONVENTIONAL AND ORGANIC DAIRY  
PRODUCTS**

**P. Šánová, H. Vejborová, M. Navrátilová, M. Samek**

---

**Abstract**

The aim of this paper is to determine the trend and prediction of prices for yogurt and milk in conventional and organic quality. Due to constant changes in prices over time is to assess the suitability of the method of analysis of time series of average-month consumer prices to other price predictions. Monitored the prices of the products offered by the three retail chains continuously during 2008 and 2009 in both conventional and organic quality in own brand (private label). The used linear and quadratic time series analysis method and were detected point and interval estimates. Unlike other reporting products are not linear or quadratic method suitable for predicting the price trend for white organic yogurt. In comparison with the later development of real prediction of other products were evaluated as good.

**Key words:** milk products, organic, time series analysis, price, prediction

**Abstrakt**

Cílem tohoto příspěvku je určení trendu vývoje a následná predikce cen u bílého jogurtu a mléka v konvenční a biokvalitě. Vzhledem k neustálému vývoji cen v čase je cílem také posoudit vhodnost použití metody analýzy časových řad průměrných dvouměsíčních spotřebitelských cen k dalším cenovým predikcím. Sledovány jsou ceny uvedených produktů, nabízené třemi maloobchodními řetězci nepřetržitě v průběhu let 2008 a 2009 v konvenční i bio kvalitě pod vlastní značkou (privátní značka). Použita byla lineární a kvadratická metoda analýzy časových řad a byly zjišťovány bodové a intervalové odhady. Narozdíl od ostatních sledovaných produktů není lineární ani kvadratická metoda vhodná pro predikci cenového trendu u bílého bio jogurtu. Při pozdějším porovnání s reálným vývojem byly predikce ostatních produktů vyhodnoceny jako správné.

**Klíčová slova:** mléčné výrobky, bio, analýza časových řad, cena, predikce

---

**Literatura**

- [1] Econnet. *Cena biopotravin stoupá, nabídka stagnuje* [online] [cit.2010-03-06] Dostupné z: <http://zpravodajstvi.ecn.cz/index.stm?x=2142970>
- [2] PRO-BIO Liga. *Srovnávací test cen biopotravin a konvenčních potravin v pražských obchodech a obchodních řetězcích* [online] [cit. 2010-03-06] Dostupné z: <http://zpravodajstvi.ecn.cz/index.stm?x=2142970>
- [3] VÁCLAVÍK, T. a kol. *Český trh s biopotravinami 2009*. Moravské Knínice, Green Marketing, ČON, 2009. 83 s. Informace také na: <http://www.bio-info.cz/vzdelavani/rocnka-cesky-trh-s-biopotravinami-2009>.
- [4] VÁCLAVÍK, T. *Marketing biopotravin - Prodávějte příběhy, ne produkty* [online] [cit.2010-03-06]. Dostupné z: <http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=330402>.
- [5] ŽIVĚLOVÁ, I., JÁNSKÝ, J. Faktory ovlivňující zájem spotřebitelů o biopotraviny. In: *Ekologické zemědělství: sborník konference 6. 2.–7. 2. 2007*. Praha, FAPPZ ČZU, 2007. 230 s. ISBN 978-80-213-1611-9.

**Kontaktní adresa – Contact address**

Ing. Petra Šánová, Ph.D  
Ing. Hana Vejborová  
Ing. Miroslava Navrátilová  
Ing. Miroslav Samek, CSc.  
Česká zemědělská univerzita v Praze  
Provozně ekonomická fakulta  
katedra obchodu a financí  
Kamýčká 129, 165 21 Praha 6-Suchbát

[sanova@pef.czu.cz](mailto:sanova@pef.czu.cz)  
[navratilova@pef.czu.cz](mailto:navratilova@pef.czu.cz)  
[samek@pef.czu.cz](mailto:samek@pef.czu.cz)