

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZDRAVOTNĚ SOCIÁLNÍ FAKULTA**

**ANALOGY (NÁHRAŽKY) NĚKTERÝCH POTRAVIN – SÝRY,
CUKROVINKY. JEJICH OZNAČOVÁNÍ A NABÍZENÍ
V DISTRIBUČNÍ SÍTI. INFORMOVANOST PRODEJCŮ
I SPOTŘEBITELŮ (VČETNĚ PROVOZOVATELŮ
STRAVOVACÍCH SLUŽEB).**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Adéla Abrmanová

**Vedoucí bakalářské práce
MUDr. Dagmar Smitková**

6.5. 2009

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala vedoucí bakalářské práce MUDr. Dagmar Smitkové za výborné vedení práce, cenné poznatky a pomoc.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analogy (náhražky) některých potravin - sýry, cukrovinky. Jejich označování a nabízení v distribuční síti. Informovanost prodejců i spotřebitelů (včetně provozovatelů stravovacích služeb) vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě Zdravotně sociální fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne

.....
Adéla Abrmanová

ABSTRACT IN ENGLISH

My name is Adéla Abrmanová, I study the field of Public Health Protection and live in České Budějovice.

The name of my thesis is Analogues (substitutes) food products – cheese, confectionery. Their identification and offer in the distribution network. Awareness of sellers and consumers (including operators of catering facilities). I chose this topic as it is interesting for me and I wanted to learn more about it.

At the beginning of my work I explain what an analogue or substitute food product is. An analogue food product means a new type of food, which is safe and not hazardous. As my work is particularly concentrated on substitutes of cheese and confectionary products I describe the history, manufacturing and classification of cheese. I explain what the term cheese analogue means, how the composition of cheese and its analogue differ. I also mention here how to recognize an analogue. As my work does not only deal with cheese substitutes I deal with analogues of confectionary products, particularly chocolate. I list types of confectionary products, describe the history of chocolate, its types, and deal with the composition of real chocolate, chocolate with an equivalent and chocolate imitation. In the next chapter named analogues identification and offer in distribution network I mention how each food product has to be identified in line of legislation and what food products must not be introduced to market. I also inform on possible names of analogues so as consumer confusion does not occur. A very important chapter deals with consumer confusion, which relates to identification and offer of food analogues. The most important aim of the work is to provide consumers with information helping them to orient themselves in the sphere of food analogues. A survey of information among both, consumers and sellers, but also operators of catering facilities by means of questionnaire survey and through interviews was another very important target of my work. The aim is also to inform consumers with the results of this research by means of this thesis.

Key words:

Analogue (substitute) food product, Cheese, Chocolate, Consumer, Consumer confusion

OBSAH

ÚVOD	6
1 SOUČASNÝ STAV	7
1.1 Problematika analogů potravin	7
1.2 Sýry	9
1.2.1 Historie sýrařství	9
1.2.2 Výroba sýru	10
1.2.3 Rozdělení sýrů	10
1.2.4 Analogy sýrů	11
1.3 Cukrovinky	13
1.3.1 Čokoláda a čokoládové cukrovinky	14
1.3.2 Historie čokolády	15
1.3.3 Druhy čokolády	15
1.4 Označování a nabízení analogů potravin v distribuční síti	19
1.5 Jak se tedy nenechat napálit?	20
1.6 Klamání spotřebitele	21
2 CÍL PRÁCE A HYPOTÉZY	23
2.1 Cíl práce	23
2.2 Hypotézy	23
3 METODIKA	24
4 VÝSLEDKY	25
4.1 Dotazníky	25
4.2 Celkové zhodnocení dotazníků	38
4.3 Rozhovory	40
4.3.1 Rozhovor pro prodejce	41
4.3.2 Rozhovor pro provozovatele stravovacích zařízení	43
5 DISKUZE	44
6 ZÁVĚR	48
7 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	49
8 KLÍČOVÁ SLOVA	52
9 PŘÍLOHY	53

ÚVOD

Téma, které jsem si zvolila pro svou bakalářskou práci má název Analogy (náhražky) některých potravin – sýry, cukrovinky. Jejich označování a nabízení v distribuční síti. Informovanost prodejců a spotřebitelů (včetně provozovatelů stravovacích služeb).

Zvolené téma mě od první chvíle velmi zajímalo. Důvod kvůli, kterému jsem si vybrala tuto problematiku je získání nových informací z této oblasti. V poslední době se o tomto tématu dosti diskutovalo, v médiích se vysílaly různé reportáže a debaty týkající se tématu náhražek potravin. V denním tisku se také objevovaly a stále ještě objevují články hovořící o klamání spotřebitele při označování a nabízení analogů potravin. Musím se zmínit, ale i o tom, že o této problematice jsem nenašla skoro žádnou tištěnou literaturu, ve formě knihy.

Vybrala jsem si toto téma, jelikož se týká nás všech. Všichni potraviny nakupujeme a následně konzumujeme. Každému z nás se může stát nebo se již někdy dokonce stalo, že místo pravé potraviny v obchodě nebo v restauraci obdržel pouze její náhražku. Ne zřídka se stává, že analogy potravin jsou vydávány klamně za potraviny pravé. V tomto případě jde o klamání spotřebitele, čímž je porušován zákon.

V této práci se budu snažit vysvětlit, jak lze rozeznat náhražku potraviny od potraviny pravé. Objasním způsob, jakým jsou tyto výrobky označovány a nabízeny v distribuční síti. Dále se v práci budu věnovat nabízení těchto náhražek ve stravovacích zařízeních. Pomocí výzkumu, který bude realizován pomocí dotazníků a rozhovoru, zjistím, jaká je míra informovanosti prodejců, provozovatelů stravovacích zařízení a spotřebitelů ohledně náhražek potravin. Cílem této práce bude především informovat čtenáře v oblasti náhražek potravin.

1 SOUČASNÝ STAV

1.1 Problematika analogů potravin

Synonymem pro analog potravin je náhražka, imitace nebo napodobenina. Zákon o potravinách přímo nedefinuje pojem analog potravin, uvádí však, že: „Je zakázáno uvádět do oběhu potraviny jiné než zdravotně nezávadné, klamavě označené, s prošlým datem použitelnosti a potraviny neznámého původu.“¹ Analogem potravin se myslí nový druh potravin, který je bezpečný a zdravotně nezávadný. Některá ze složek potravin je nahrazena jinou složkou, a tím vzniká analog potravin. Analogy potravin bývají často prezentovány pod jménem potravin, která se však liší svým složením, což je ale problém. Pro pochopení uvedu příklad. Máslo, ve kterém jsou některé živočišné bílkoviny nahrazeny rostlinnými, již podle vyhlášky o potravinách není máslem. Výrobce ve složení uvádí, že jsou použity jiné než živočišné bílkoviny, ale i přesto by neměl použít název „Máslo“, ale například „Máslíčko“. Ale i tento název může být stále pro některé spotřebitele zavádějící. Tento analog by neměl být prodáván společně s normálním máslem, jehož složení odpovídá zákonu. Analog by měl být prodáván odděleně například u pomazánek nebo ve speciálně vyčleněné části, kde je uvedeno „Analogy nebo Náhražky potravin“. Pokud nejsou tyto podmínky dodrženy může se jednat o klamání spotřebitele, což je problém, který s analogy potravin úzce souvisí.

Náhražky potravin se vyrábějí díky tomu, že spotřebitelé chtějí kupovat stále levněji, což nutí výrobce, aby používali levnější suroviny při výrobě a tím výrobek zlevnili. Analogem potravin mohou být skoro všechny potravinářské výrobky. Zejména se ale jedná o drahé produkty, které se vyrábějí ve větších množstvích, neboť to může výrobcům přinést určitý zisk.

¹ Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů

Mezi potraviny, které se výrobci snaží nahrazovat patří mléčné výrobky jako jsou sýry, o kterých se zmíním ještě později, dále jogurty, máslo, šlehačky. Dalším často nahrazovaným výrobkem je čokoláda a cukrovinky, které ji obsahují. O náhražkách čokolády se zmíním ještě později.

Kromě výroby analogů potravin existuje ještě jeden podobný fenomén, o kterém bych se ráda zmínila, a tím je falšování potravin. Padělání potravin je problém, který se v potravinářské výrobě vyskytuje již od doby, kdy se začaly potraviny vyrábět. Falšování se týká například masných výrobků a uzenin, které obsahují méně masa než by měly. V zahraničí velmi často dochází k falšování mořských ryb a mořských plodů. Nejčastěji se jedná o vydávání levnějších druhů ryb za ty, které jsou dražší. Záměrně se zaměňují různé druhy tresek, příkladem je treska skvrnitá a treska aljašská. Spotřebitel se může setkat s tím, že prodejce vydává tresku za platýze a podobně. Padělané může být i koření. Například do mleté papriky se přidává sušená mletá mrkev či prášek z cihel. Také dochází k tomu, že levnější světlice barvířská bývá prodávána jako šafrán. Jednoletý kmín, který má menší obsah silic, bývá úmyslně zaměňován za aromatictější kmín dvouletý. Poměrně často můžeme v prodejnách potravin vidět tzv. stoprocentní ovocné šťávy neboli džusy, které také patří mezi falšované produkty. Nejčastěji jde o citrusové, zejména pomerančové šťávy. V tomto případě je drahá pomerančová šťáva nahrazována ovocnými nápoji, které obsahují přídavek vody, cukru, silic, kyselin, barviv a dalších levnějších surovin.

Ke zjištění zda je potravinový výrobek originál nebo náhražka se používá smyslového posouzení potraviny, které je v tomto oboru nezastupitelné. Hodnotí se vůně, barva, chuť a konzistence potravinového vzorku. To bohužel, ale nestačí k rozeznání originálu od náhražky. Hodně nám také o výrobku řekne jeho složení, které uvedl výrobce. Potraviny se mohou komplexně posuzovat v laboratořích. K tomuto posuzování vzorků potravin se používá nákladných laboratorních technik, mezi které patří například nukleární magnetická rezonance, chromatografie a enzymová analýza.

1.2 Sýry

„Sýrem se rozumí mléčný výrobek získaný vysrážením mléčných bílkovin, následným prokysáním a oddělením syrovátky.“²

1.2.1 Historie sýrařství

Nikdo vlastně neví, kdy a kde byl první sýr vyroben, ale většina odborníků v této oblasti se shoduje, že první sýr byl vyroben na Středním východě. Předpokládá se, že první sýr vznikl, když se domácí zvířata začala chovat na mléko. Sýr byl znám již Sumerům tisíc let před naším letopočtem. Později sýr vyráběli Řekové a Římané. V době antiky sýr dodával mužům sílu do boje, býval obětován bohům a také byl považován za afrodisiakum. Známý Hypokrates prý doporučoval sýr na léčbu zánětů. Římsí vojáci dostávali pravidelné přiděly sýra, z tohoto důvodu byla při každé pevnosti postavena také sýrárna. V té době se výroba sýru stala uměním a řemeslem a rychle se zdokonalila. Byl objeven proces zrání a bylo známo, že určité podmínky během uskladňování či zpracování velmi významně ovlivňují, to jakou chuť a vůni sýr bude mít. Sýr se často vyskytoval na stolech jak bohatých tak i chudých lidí. Největší rozvoj sýru byl zaznamenán ve středověku, kdy bylo vyrobeno mnoho druhů sýra, které jsou nám známy ještě dnes. Sýr byl velmi důležitou potravinou během postních dní, kdy se nesmělo jíst maso. Byl vyráběn hlavně jednotlivými řády a církevními institucemi, snad proto, aby si zpestřili svůj jednotvárný jídelníček. Z doby středověku se nám dochovalo mnoho receptů, protože jeptišky a mniši, kteří sýr vyráběli, znali písmo. Sýr byl vysoce žádaný a stal se velmi důležitou komoditou při obchodování. Během renesance ale sýr svoji oblibu ztratil, jelikož byl považován za nezdravý. Popularitu znovu získal v 19. století, kdy bylo odhaleno, že zrání sýrů způsobují mikroorganismy. V 50. letech devatenáctého století francouzský mikrobiolog Louis Pasteur objevil pasterizační proces, a tím jednou provždy posunul výrobu sýra. Pasterizace má za následek zničení

² KOPRDA, Tomáš. Legislativa a kontrola potravin. Vydání 1. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita., 1999, 169 s. ISBN 80-7157-360-4.

převážné části vegetativní mikroflóry. Hlavní výhodou pasterizace je zdravotní nezávadnost mléka, které slouží k výrobě sýrů. Pasterizační proces umožnil výrobu sýrů ve větším množství, výroba se přesunula z malých tradičních mlékáren do velkých průmyslových závodů. Výroba sýrů je dodnes velmi variabilní a její receptury jsou velmi střeženým tajemstvím, které si každý výrobce usilovně chrání.

1.2.2 Výroba sýru

Základní surovinou pro výrobu je mléko. Sýr vzniká odstraňováním vody nebo syrovátky z mléka a následným kysáním mléčné hmoty neboli sýřeniny. Kroky, podle kterých je sýr vyráběn jsou velice důležité pro vznik kvalitního sýra a také rozhodují, o tom jaký druh sýra vznikne.

1.2.3 Rozdělení sýrů

Klasifikace sýrů je velice obtížná, protože vždycky existuje nějaká vlastnost, kterou se sýr odlišuje od jiných ve stejné skupině. Sýry tedy můžeme dělit podle výrobního postupu, podle konzistence nebo podle druhu kůry.

Podle postupu při výrobě dělíme sýry na několik druhů. První skupinou jsou sýry čerstvé, jejichž výroba je nejjednodušší. Buď nezrají vůbec nebo jen několik dní. Jsou to nízkotučné sýry a patří mezi ně například Mascarpone, sýr Feta a další. Dalším druhem sýru je nelisovaný zrající sýr, který zraje rychle a na povrchu má plíseň nebo pomalu zrající sýr, který má na povrchu bakteriální kultury. Příkladem nelisovaného zrajícího sýru je Brie a Camembert. Opakem tohoto sýra je lisovaný zrající sýr, který je před zráním lisovaný a zraje dva až osmáct měsíců. Sýr patřící do této skupiny je Čedar. Dále existují dohřívané lisované zrající sýry. Jejich sýřenina je zahřívána, pak se mele a lisuje. Takto vyráběným sýrem je Gouda, Ementál a Parmazán. Dalším typem jsou sýry hnětené neboli pasta filata, jejichž sýřenina se po zahřátí hněte a natahuje, poté se tvaruje. Typickým příkladem je Mozzarella.

Jak jsem již uvedla, sýry lze dělit také **podle jejich konzistence**, ta může být velmi důležitým ukazatelem při rozpoznávání sýrů. Konzistence přímo souvisí s obsahem vody v sýru. Čím více vody v sýru je tím je měkčí. Ani zařazování sýrů podle konzistence není jednoznačné, protože sýr mění obsah vody během procesu zrání. Podle konzistence dělíme sýry na velmi měkké, měkké, polotvrdé, polotvrdé s modrou plísní a tvrdé. Velmi měkké sýry obsahují 80 % vody a je možno je nabrat lžičkou. Zástupcem tohoto druhu jsou skoro všechny čerstvé sýry. Měkké sýry obsahují 50 až 70 % vody a jsou dobře roztíratelné. Patří sem Camembert a Brie. Sýry polotvrdé obsahují 40 až 50 % vody, tento druh sýra má mírně pružnou konzistenci a dá se krájet. Řadí se sem třeba Gouda. Dále existují polotvrdé sýry s modrou plísní, které také obsahují 40 až 50 % vody. Jsou to drobivé nebo pružné sýry, které lze jen velmi těžko krájet na plátky. Příkladem je Roquefort. Dále existují tvrdé sýry, které obsahují jen 30 až 50 % vody. Tyto sýry jsou jen mírně drobivé nebo velmi tuhé a hutné. Charakteristickým zástupce je Čedar, Ementál a Parmazán.

Třetí způsob, podle kterého se dají sýry rozlišit **je podle kůry**. Ta ovlivňuje pronikání vody z vnitřku ven a vzduchu z vnějšku dovnitř sýra. Můžeme rozlišit kůru s bílou plísní, která je typická pro Camembert a Brie. Dále existuje takzvaná omývaná kůra, která má charakteristickou oranžovočervenou barvu, tato kůra se nejí. Suchá přírodní kůra se dá různě upravovat, například zdrsňovat na povrchu nebo potírat olejem. Tato kůra je zpravidla tuhá, tvrdá a silná, většinou se nejí. Suchou přírodní kůru má na povrchu Čedar a Ementál. Dalším druhem jsou sýry s organickou kůrou. Tato kůra je vyráběna sýraři, tím že přidají třeba lístečky nebo bylinky. Jako příklad je možno uvést některé kozí sýry s bylinkami. Posledním typem je kůra umělá, vyráběná rovněž sýrařem. Umělá kůra je třeba z popela, vosku nebo plastu. V plastu se vyrábí třeba Čedar a ve vosku Eidam.

1.2.4 Analogy sýrů

Jak jsem již uvedla na začátku kapitoly 1.2, sýr je mléčný výrobek vyrobený podle určitých postupů. Analog sýru je výrobek, který je pravému sýru podobný, a to

jak vzhledem tak i využitím, i obal a název těchto výrobků bývá velmi podobný. Jediným čím se tyto dva výrobky odlišují je jejich složení. Pravý sýr je vyráběn z mléka, tudíž obsahuje pouze živočišné tuky. Naproti tomu náhražka sýra obsahuje rostlinné tuky. Ing. Jiří Kopáček, CSc. z Českomoravského svazu mlékárenského uvedl, že: „Alternativní sýry neboli imitace sýrů se nejčastěji vyrábějí z kaseinů (hlavní protein v kravském mléce), dále pak z rostlinného tuku, soli a vody. Mléčná bílkovina může být nahrazena rostlinnou (sója) anebo škroby. Technologie výroby analogových výrobků jsou různé, někdy velmi podobné technologiím výroby tradičních mléčných výrobků, jindy zcela odlišné. To by bylo potřeba probírat podle konkrétních výrobků.“³ Výhodou náhražek sýrů je nižší obsah cholesterolu oproti pravým mléčným sýrům. „Tyto výrobky jsou vhodné pro lidi, kteří ze zdravotních nebo jiných důvodů chtějí alternativu k mléčným výrobkům.“⁴

Výroba analogů, náhražek nebo imitací sýrů se stala novodobým trendem v mlékárenství. Tento trend se nevyskytuje pouze u nás v České republice, ale je přítomen po celém světě. Výroba náhražek sýrů byla vyvolaná snahou nabídnout výhodnější cenu maloobchodům, kteří tlačí dodavatele na co nejnižší cenu. Výrobci se tedy začali snažit o nahrazení základní mléčné suroviny sýrů levnějšími ingrediencemi. Pokouší se nahradit zejména mléčný tuk. Dalším impulsem, který mohl vyvolat výrobu těchto imitací, je snaha některých výrobců přijít na trh s novým cenově výhodným výrobkem a tím zvítězit nad svým konkurentem.

Nejčastějšími náhražkami sýrů jsou balené tavené plátkové sýry. Tyto výrobky neobsahují mléko, jsou vyrobeny z rostlinných tuků a umělých barviv. Mluvčí Sdružení obrany spotřebitelů (SOS) Ivana Picková pro deník Právo uvedla: „Udělalí jsme si průzkum v prodejnách, které nabízejí plátkové tavené sýry. Při přečtení jejich obalu jsme zjistili, že řada z nich je vyrobena z rostlinného tuku. Vůbec neobsahovaly mléko. Nejsou to sýry a neměly by se nabízet v regálu spolu s dalšími, při jejichž výrobě se

³ ZACHARI, Petra. Sýr nebo potravinový výrobek. 05.10. 2006.

http://www.spotrebitele.info/potraviny_zdravi/clanek.shtml?x=2197699

⁴ ČARŇANSKÝ Ondřej. MF Dnes. 25.dubna 2008.

použilo jako výchozí surovina mléko.“⁵ Náhračkami nebývají pouze tavené plátkové sýry, ale i tavené trojúhelníkové sýry. Ty mohou být také vyrobeny z rostlinných tuků, bez použití mléka. V obchodě se můžeme setkat i s náhražkami tvrdých sýrů nebo sýrů určených na smažení. Smažený analog se po rozříznutí nechová stejně jako normální mléčný sýr. Nerozteče se po talíři, nýbrž se bude drolit a bude gumový. Na trhu se vyskytuje například náhražka Eidamu, označená jako Eidam Alternative. Tento analog byl zařazen do testování sýrů odborníky. Nejen, že poznali pouhým pohledem, že se jedná o náhražku, ale odsoudili i jeho chuť. Do hodnotících protokolů napsali, že je tento výrobek mýdlovitý, lojovitý, nepoživatelný, má mazlavou konzistenci a páchne. Jednoznačně a shodně ho všichni odborníci odsoudili. Nejsou proti tomu, aby se takovýto produkt vyráběl, ale vadí jim, že je spojován se sýrem. Název Eidam Alternative se již na prodejních pultech nesmí vyskytovat, protože slovo „Eidam“ je generické neboli druhové označení skupiny polotvrdých sýrů holandského typu.

Náhražku sýru stoprocentně poznáme po přečtení údajů uvedených ve složení na obalu. Mezi tvrdými sýry můžeme poznat náhražku ale i pouhým zrakem, protože analogy jsou díky obsahu oleje více žluté než pravé mléčné „bílé“ sýry. Rozdíl mezi náhražkou a sýrem je poznat i v chuti. „Mléčné výrobky mají vždy z hlediska chuti lepší kvalitu, jsou chutné, mají charakteristickou mléčnou, smetanovou, sýrovou chuť. U analogů jsou díky použití většinou rostlinného tuku chutě méně výrazné, mléčně netypické, s příchutí po margarínech, někdy i lojovité, fádňí, prázdné. Rovněž konzistence není v případě analogů tak charakteristicky elastická, ale je kratší, drobná, písčítá, apod.“⁶

1.3 Cukrovinky

Nejdůležitějším předpisem v oblasti cukrovinek je vyhláška č. 76/2003 Sb., kterou se stanoví požadavky pro přírodní sladidla, med, cukrovinky, kakaový prášek

⁵ REDAKCE SOS. SOS varuje před dalšími sýrovými náhražkami. 9.4.2008.
http://www.spotrebitele.info/potraviny_zdravi/clanek.shtml?x=2345070

⁶ ZACHARI, Petra. *Sýr nebo potravinový výrobek*. 05.10. 2006.
http://www.spotrebitele.info/potraviny_zdravi/clanek.shtml?x=2197699

a směsi kakaa s cukrem, čokoládu a čokoládové bonbony ve znění pozdějších předpisů. Podle této vyhlášky se cukrovinkami rozumí: „Potraviny jiné než čokolády a čokoládové bonbony, jejichž základní složku tvoří přírodní nebo náhradní sladidla a další složky, jimiž mohou být i kakaové součásti nebo čokoláda, a které nesplňují požadavky na čokoládu nebo čokoládové bonbony podle § 19.“⁷ Cukrovinky se dají rozdělit na nečokoládové a čokoládové. Členění cukrovin na druhy, skupiny a podskupiny je zobrazeno v příloze č. 1.

1.3.1 Čokoláda a čokoládové cukrovinky

Podle vyhlášky č. 76/2003 Sb. se čokoládou rozumí „potravinu vyrobená z kakaových součástí, přírodních sladidel, náhradních sladidel nebo jejich kombinací, přídatných látek nebo látek určených k aromatizaci, popřípadě z dalších složek, které odpovídají požadavkům.“⁸ Definice čokolády podle díla Legislativa a kontrola potravin zní: „Čokoláda je potravinu vyrobená z kakaových součástí, cukrů, mléčných výrobků, popřípadě dalších složek, přídatných látek nebo látek určených k aromatizaci.“⁹ „Čokoládová cukrovinka je potravinu s podílem nejméně 5 % kakaových součástí v sušině. Čokoládovým nápojem se myslí potravinu s podílem nejméně 15 % kakaových součástí v sušině. Kakaovými součástmi se rozumí kakaová drť, kakaová hmota, kakaový prášek, kakaové máslo nebo kakaový tuk.“¹⁰

⁷ Vyhláška č.43/2005 Sb. , kterou se mění vyhláška č. 76/2003 Sb, kterou se stanoví požadavky pro přírodní sladidla, med, cukrovinky, kakaový prášek a směsi kakaa s cukrem, čokoládu a čokoládové bonbony

⁸ Vyhláška č.43/2005 Sb. , kterou se mění vyhláška č. 76/2003 Sb, kterou se stanoví požadavky pro přírodní sladidla, med, cukrovinky, kakaový prášek a směsi kakaa s cukrem, čokoládu a čokoládové bonbony

⁹ KOPRDA, Tomáš. Legislativa a kontrola potravin. Vydání 1. Brno : Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 1999. 169 s. ISBN 80-7157-360-4.

¹⁰ KOPRDA, Tomáš. Legislativa a kontrola potravin. Vydání 1. Brno : Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 1999. 169 s. ISBN 80-7157-360-4.

1.3.2 Historie čokolády

Nyní uvedu několik důležitých informací o čokoládě a její historii. Základní surovinou pro výrobu čokolády jsou kakaové boby, to jsou semena tropické rostliny nazývané kakaovník, jehož domovem je Brazílie. Čokoláda je báječná pochutina, jejíž vznik je spojován s Aztéky. Ti konzumovali zvláštní vařený nápoj zvaný xocolatl. Do Evropy se dostala v 16. století poté, co španělský dobyvatel Hernando Cortez zničil hlavní město Aztéků Technotitlán. Když se čokoláda dostala do Evropy byla nápojem privilegované vrstvy, bylo to tekuté zlato. Poprvé se čokoláda objevila ve Španělsku, poté se rozšířila i do jiných evropských zemí. Do tohoto lahodného čokoládového nápoje se přidávaly různé druhy koření jako je vanilka, skořice, červený pepř, hřebíček a jiné. Existují dokumenty o tom, že se v minulosti rozlišovaly dva druhy čokolády: obyčejná a královská. Královská čokoláda obsahovala vysoké procento kakaa a poměrně málo cukru. Během 18. století v Evropě vzrostla spotřeba čokolády, ale stále si ji mohli dovolit pouze bohatí lidé, což nevyhnutelně vedlo k jejímu falšování. V kakau bylo možné nalézt kakaové skořápky, přidávala se škrobová moučka a dokonce i cihelný prach. Postupem času z tekuté horké čokolády vznikla čokoláda tuhá tabulková, kterou známe dnes. V roce 1875 upozornil jeden francouzský spisovatel na to, že dochází k falšování čokolády, a to dvěma způsoby. Prvním způsobem je, že drahé kakaové máslo je úplně extrahováno a nahrazeno olivovým olejem, sladkým mandlovým olejem, vaječnými žloutky, jehněčím či skopovým lojem. Výsledný výrobek však rychle žlukne. Druhým způsobem falšování je přidání různých přísad jako jsou bramborový škrob, pšeničná či ječná mouka, mleté kakaové slupky, dextrin či drcené cihly.

1.3.3 Druhy čokolády

Existuje několik druhů čokolád. Mezi nejznámější patří hořká čokoláda, o které se zmíním později, dále mléčná a bílá čokoláda. Členění čokolád a čokoládových bonbónů na druhy a skupiny je v tabulce v příloze č.2. K čokoládám se mohou přidávat

i jiné složky, například rozinky, oříšky, mandle, kandované ovoce atd., obsah těchto složek však nesmí podle vyhlášky č. 76/2003 Sb. přesáhnout 40 % celkové hmotnosti výrobku.

V příloze č. 3 jsou uvedeny fyzikální a chemické požadavky na jakost čokolády. Můžeme rozlišit několik pojmů, a těmi jsou čokoláda, čokoláda s ekvivalentem a imitace čokolády. Jednotlivé pojmy nyní objasním.

Pravá čokoláda

Pravá čokoláda je hořká a vyrábí se výhradně z kakaové hmoty, cukru a z kakaového másla. Jiné tuky již neobsahuje. Pravá čokoláda má obsahovat podle vyhlášky č. 76/2003 Sb. nejméně 35 % kakaové sušiny. Těmto požadavkům odpovídá například tradiční belgická čokoláda.

Čokoláda s ekvivalentem

Před několika lety Evropská unie povolila do čokolády kromě kakaového másla přidávat až 5 % jiných rostlinných tuků. Těmto povoleným rostlinným tukům se říká ekvivalenty, protože po jejich přidání se vlastnosti čokolády nijak nemění, zůstávají stejné jako, když se k výrobě použije jen kakaové máslo. Tyto tuky jsou přesně definovány a je jich pouze šest, jejich seznam je k dispozici v příloze č.4. Přidávané tuky se nesmějí nijak chemicky upravovat. Tím, že se do čokolády přidá jiný tuk než kakaové máslo, vzniká již méně pravá čokoláda nebo také čokoláda s ekvivalentem. Odbornice na čokoládu Jana Čopíková z Vysoké školy chemicko-technologické říká: "Objektivně si myslím, že ekvivalenty nesnížily kvalitu čokolády, ale subjektivně mi to vadí."¹¹ Do této čokolády s ekvivalenty se nesmějí přidávat žádné aromatické látky, které napodobují chuť čokolády nebo mléčného tuku. Čokoláda s ekvivalentem musí obsahovat také nejméně 35 % kakaové sušiny. Stále existují čokolády, které jsou

¹¹ VEČERKOVÁ, Hana. Která z nich je pravá? 26.11.2004. <http://ekonomika.idnes.cz/ktera-z-nich-je-prava-0ls-/test.asp?c=2004M275T04A>

vyrobeny pouze z kakaového másla a jiné tuky již neobsahují, ale tyto pravé čokolády jsou výrazně dražší než ty s ekvivalenty. Když chtěla Evropská unie povolit přidávání jiných tuků než je kakaové máslo, některé státy proti tomu rezolutně protestovaly. Bohužel se jim podařilo prosadit pouze to, že výrobci čokolády, kteří používají výhradně kakaové máslo, to mohou na obale zdůraznit například slovy „extra“ nebo „vysoká jakost“. Musí ale prokázat, že jejich čokoláda ekvivalenty opravdu neobsahuje. Jestliže výrobce používá do čokolády některý z rostlinných tuků, povolených Evropskou unií musí to podle vyhlášky č. 76/2003 Sb. uvést na obale výrobku. Ve složení výrobku musí být výrazně, ale zřetelně odděleně a minimálně stejně velkým písmem uvedena věta: “Kromě kakaového másla obsahuje rostlinné tuky.”

Imitace čokolády

Problémem současného trhu jsou imitace čokolády, které jsou vydávány za čokoládu pravou. Imitace čokolády se vyrábí z kakaového prášku, který jí dodává barvu, z cukru a levných rostlinných tuků, které nahrazují drahé kakaové máslo. Náhražky čokolády obsahuje často jen 5 až 10 % kakaového prášku, ale někdy je kakao vynechané úplně a je nahrazené karobovým práškem. Levné rostlinné tuky nejsou totožné s povolenými ekvivalenty, které mohou být do čokolád přidávány. "Zatímco ekvivalenty se nesmějí chemicky upravovat, náhrady se upravovat musí, aby získaly vlastnosti kakaového másla, protože se většinou dělají z olejů, třeba sojového nebo řepkového,"¹² vysvětluje odbornice na čokoládu Jana Čopíková. Tyto výrobky mají právo na svou existenci na trhu, ale problémem je, že jsou často a snadno zaměňovány za čokoládu pravou. Tuto problematiku neřeší ani vyhláška o cukrovinkách, kterou přijala Česká republika při vstupu do Evropské unie. To znamená, že záleží na výrobcí, jakým názvem výrobek označí, může ho označit například názvem „poleva“ nebo „pochoutka“, ale výrazy „čokoláda“ nebo „čokoládový“ by se na obale tohoto výrobku neměly objevit. Nejčastěji mezi imitace čokolády patří různé figurky mikulášů, čertů,

¹² VEČERKOVÁ, Hana. Která z nich je pravá? 26.11.2004. <http://ekonomika.idnes.cz/ktera-z-nich-je-prava-0ls-/test.asp?c=2004M275T04A>

andělů, velikonoční zajíčci, adventní kalendáře a vánoční kolekce a figurky. Náhražky čokolády se mohou vyskytovat ve formě jiných výrobků, které připomínají původní čokoládový výrobek. Příkladem mohou být například „kočičí tlapy“ místo původních „kočičích jazýčků“. Dále se imitace čokolády používá jako poleva na sušenky, do zmrzlin atd.

A jaký je rozdíl mezi chutí pravé čokolády a její náhražky? Pravá čokoláda má typickou krystalickou strukturu. Kakaové máslo způsobuje při rozlomení charakteristické křupnutí, které se u náhražek čokolád neobjevuje. Pravá čokoláda je jemně leskle a třpytí. Chutná hořce. „Když ochutnáváte levnou konzumní čokoládu, všimněte si přeslazené mastné chuti, která vám zůstane na patře jazyku. Je pravděpodobně způsobena palmovým nebo ořechovým tukem nebo jinou náhražkou kakaového másla.“¹³

Existuje ještě jeden výrobek z čokolády, který lze padělat, a tím je čokoládová poleva. Čokoládová poleva z hořké čokolády by měla obsahovat nejméně 35 % kakaové sušiny, nejméně 31 % kakaového másla a 2,5 % tukoprosté kakaové sušiny. Poleva z mléčné čokolády musí obsahovat nejméně 31 % celkového tuku, to je kakaového másla a mléčného tuku. Ale čokoládových polev je na trhu velmi málo. Hlavní složkou většiny polev jsou rostlinné tuky, cukr a malé procento kaka. Tyto výrobky bývají označeny jako poleva s obsahem kaka atp.

Co všechno musí být na etiketě čokolády?

- Název výrobce, dovozce nebo obchodníka
- Datum minimální trvanlivosti
- Hmotnost výrobku
- Složení – výčet všech složek
- Informace o obsahu kakaové sušiny „Obsah kakaové sušiny nejméně...% „
- Informace o možném výskytu alergenní složky („může obsahovat stopy ořechů“, např. „Vyrobeno v závodě kde se zpracovávají arašídů“ atp.)

¹³ COADYOVÁ, Chantal. Čokoláda: průvodce znalce světem nejjemnějších čokoládových cukrovinek. V Praze: Fortuna Print, 2000. 191 s. ISBN 80-86144-54-2.

- Informace o jakou čokoládu, čokoládové bonbóny nebo směs čokolády se jedná, např. bílou, mléčnou, hořkou, plněnou atp.
- Ochuzující složky - mandle, oříšky, sušené ovoce
- % zdůrazněné složky (např. u mandlové čokolády obsah mandlí atp.)

1.4 Označování a nabízení analogů potravin v distribuční síti

Všechny výrobky ať už jsou to normální potraviny nebo analogy musí být označeny, tak jak nařizuje příslušný právní předpis. Hlavním právním předpisem v tomto oboru je zákon č. 110/1997 o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů ve znění pozdějších předpisů. Tento zákon říká, že výrobce potravin musí řádně označit výrobek názvem a sídlem výrobce, dále názvem druhu, skupiny nebo podskupiny potravin stanoveným ve vyhlášce, pod níž je potravina uváděna do oběhu. Dalším uváděným údajem je množství nebo hmotnost výrobku. Uvádí se také důležitá data jako datum použitelnosti a datum minimální trvanlivosti. Dále musí být na obale popsán způsob, jakým se má potravina skladovat a jak se má používat. Velmi důležité jsou údaje o složení potraviny podle použitých surovin a přídatných látek, látek určených k aromatizaci. Výrobek se označuje šarží, údaji o možnostech nepříznivého ovlivnění lidského zdraví, údaji o ozáření potraviny. Dále by měly být na výrobku uvedeny jeho nutriční hodnoty. Zákon se také zmiňuje o uvádění potravin do oběhu, a říká, že do oběhu je zakázané uvádět potraviny jiné než zdravotně nezávadné, klamavě označené, s prošlým datem použitelnosti, neznámého původu.

V případě cukrovinek a čokolády pravidla pro označování uvádí vyhláška č. 76/2003 Sb., kterou se stanoví požadavky pro přírodní sladidla, med, cukrovinky, kakaový prášek a směsi kaka a s cukrem, čokoládu a čokoládové bonbony.

Imitace sýrů nesmí být označeny názvem „sýr“. Sýr je v legislativě definován jako výhradně mléčný výrobek. Pokud dojde k jakémukoliv nahrazení některé ze základních složek, kterými jsou mléčný tuk, mléčná bílkovina a mléčný cukr,

nemléčnými součástmi, už se tento výrobek nepovažuje za mléčný, ale je to analog, imitace nebo náhražka. Jako název je možno použít například slovo „plátky“, nebo může výrobce přímo uvést, že se jedná o alternativní výrobek. V případě analogů tavených sýrů je v deklaracích na obale sice uvedeno, že se jedná o tavený výrobek, ale na přední straně, kde je uvedeno obchodní jméno, je napsáno „Jemný tavený“, tímto však název končí a je na spotřebiteli, aby si domyslel „co“. Jelikož je tento výrobek nabízen například pod obchodní značkou JAVOR, která kdesi vyráběla sýry, spotřebitel si zcela logicky domyslí, že výrobek je sýr. I obal tohoto výrobku je podobný obalům, do kterých jsou baleny pravé tavené sýry. Prodejce tímto neporušuje žádný právní předpis, protože se nejedná o klamání spotřebitele, prodejce ani výrobce neuvádí, že výrobek je sýr.

Tyto dva odlišné výrobky by měly být v prodejnách potravin nabízeny pokud možno odděleně, tak aby se mohl spotřebitel snáze orientovat a rozpoznat, o jaký výrobek se jedná. To jestli budou tyto výrobky prodávány odděleně nebo ne, ovšem záleží pouze na prodejcích a na možnostech prodejny.

Jelikož jsou analogy sýrů prodávány společně s pravými sýry, může se stát, že člověk, který se chce alternativu sýru koupit, ji nenajde. I když je výroba sýrové náhražky méně nákladná, průzkumy v obchodech ukázaly, že náhražky sýrů nejsou levnější než pravé mléčné sýry, v některých případech byly analogy dokonce o něco dražší. Na tom je vidět, že výrobce vyrábí náhražky hlavně kvůli ziskům.

1.5 Jak se tedy nenechat napálit?

Při koupi jakéhokoliv výrobku bychom si měli nejprve přečíst jeho složení, které bývá uvedeno na obale. V případě sýrů se zaměřuje na obsah mléka a živočišných tuků. Analogy sýrů neobsahují mléko, ale jen rostlinné tuky. Jestliže nebude ve složení na obale uvedeno mléko, znamená to, jde o náhražku sýra. V případě čokolády kontrolujeme, zda obsahuje kakaovou hmotu a hlavně kakaové máslo. Všimnout bychom si měli také toho, jestli je blízko složení uvedena již zmiňovaná věta: “Kromě kakaového másla obsahuje rostlinné tuky.” V těchto případech se jedná o čokoládu.

Pokud je ale na složení výrobku uveden kakaový prášek a rostlinné tuky, pak to čokoláda není, je to pouze její imitace. Při snaze rozeznat pravou a nepravou čokoládu nám může také pomoci název výrobku, který bývá ve většině případů zavádějící. Například, když budete před Velikonocemi kupovat čokoládové figurky a bude na nich napsáno „Zajíček“, pak vás tímto názvem výrobce klame, protože vy automaticky předpokládáte, že si kupujete figurku z čokolády, ale opak je pravdou. Dalo by se předpokládat, že cena u pravé čokolády bude vyšší než u náhražky, ale to je omyl. Ceny těchto dvou výrobků se nijak značně neliší, většinou jen o pár korun.

1.6 Klamání spotřebitele

S označováním a nabízením analogů potravin v distribuční síti úzce souvisí pojem klamání spotřebitele. Klamáním spotřebitele se zabývá Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Spotřebitel je zde definován jako: „Fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky i službami.“¹⁴ Zákon o ochraně spotřebitele dále definuje pojmy jako výrobce, dovozce, prodejce, dále pojmy jako nebezpečný výrobek, výrobek nebezpečný svou zaměnitelností s potravinou, výrobek nebo zboží, které porušuje některá práva duševního vlastnictví atd. Mezi výrobky nebo zboží porušující některá práva duševního vlastnictví patří například padělek, nedovolená napodobenina atd.

Padělek je výrobek nebo zboží, včetně jeho obalu, na němž je bez souhlasu majitele ochranné známky umístěno označení stejné nebo zaměnitelné s ochrannou známkou, a veškeré věci nesoucí takové označení.

Nedovolená napodobenina je výrobek nebo zboží, které je rozmnoženinou nebo zahrnuje rozmnoženinu vyrobenou bez souhlasu majitele autorských nebo příbuzenských práv nebo bez souhlasu majitele zpráv.

Při prodeji výrobků a služeb má podnikatel vůči spotřebiteli povinnosti, které mu určuje zákon. Jednou z povinností je poctivost prodeje výrobků a poskytování služeb.

¹⁴ Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

V souvislosti s tím je prodávající povinen prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře a množství. Spotřebitel musí mít možnost si správnost údajů překontrolovat. Prodávané výrobky musí být v předepsané nebo schválené jakosti a za ceny sjednané podle cenových předpisů. Při prodeji platí zákaz diskriminace spotřebitele. Je zakázáno nabízet a prodávat nebezpečné výrobky. Dále je zakázáno vyrábět, dovážet, vyvážet, nabízet, prodávat nebo darovat výrobky nebezpečné svou zaměnitelností s potravinami.

Tento zákon také **zakazuje klamání spotřebitele**. „Nikdo nesmí klamat spotřebitele, zejména uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné, dvojsmyslné nebo přehnané údaje anebo zamlčet údaje o skutečných vlastnostech výrobků nebo služeb či úrovni kupních podmínek.“¹⁵ Odpovědnosti za klamání spotřebitele se nelze zprostit, tím že například prodejce uvede, že mu potřebné údaje výrobce, dodavatel nebo dovozce neposkytl.

Prodávající má vůči spotřebiteli informační povinnost. Je povinen řádně informovat spotřebitele o vlastnostech prodáváných výrobků nebo charakteru poskytovaných služeb. Musí spotřebitele seznámit s tím, jak má výrobek používat, udržovat a musí ho informovat o nebezpečích, která hrozí při nesprávném používání nebo údržbě. Dále prodávající musí zajistit, aby výrobky, které prodává, byly viditelně a srozumitelně označeny. Musí zde být především informace o výrobku, výrobcí nebo dovozci, případně dodavateli. O hmotnosti, množství nebo velikosti, popřípadě rozměru výrobku. Musí být uvedeny informace o složení výrobku, o datu minimální trvanlivosti nebo datu použitelnosti, o ceně, o podmínkách, rozsahu, způsobu a místa uplatnění reklamace a o provádění záručních oprav.

Pokud podnikatel poruší povinnosti uložené zákonem o ochraně spotřebitele, může mu být uložena pokuta ve výši až 50 milionů korun a to v závislosti na povaze protiprávního jednání a výši škody, která byla způsobena. V blokovém řízení může dostat podnikatel pokutu do 5000 korun, pokud je porušení povinností spolehlivě zjištěno a osoba, která povinnosti porušila, je ochotna blokovou pokutu zaplatit.

¹⁵ Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

2 CÍL PRÁCE A HYPOTÉZY

2.1 Cíl práce

Cíl 1: Hlavním cílem této práce je objasnit čtenářům problematiku týkající se náhražek potravin. Cílem je vysvětlit pojem analog potravin, informovat čtenáře o historii a některých případech analogů potravin. Jelikož se tato práce zabývá především náhražkami sýrů a cukrovinek, hlavně čokolády, musím definovat základní pojmy, kterými jsou sýr, cukrovinka atd. Čtenáři poskytnu informace o historii sýrů a čokolády, o jejich výrobě, druzích a náhražkách. Nejdůležitějším cílem této práce je poskytnout spotřebiteli takové informace díky, kterým se bude snáze orientovat v oblasti náhražek potravin.

Cíl 2: Druhým cílem je informovat spotřebitele o tom, jak jsou náhražky sýrů a cukrovinek označovány a nabízeny v distribuční síti.

Cíl 3: Třetím cílem mé práce je vyzkoumání míry informovanosti jak spotřebitelů, tak prodejců, ale i provozovatelů stravovacích služeb, pomocí dotazníkových šetření nebo pomocí rozhovorů. Cílem je také seznámit spotřebitele prostřednictvím této práce s výsledky tohoto výzkumu.

2.2 Hypotézy

Stanovila jsem celkem tři hypotézy.

H1: „Náhražky potravin nejsou na trhu správně označovány a spotřebitelé se v nich obtížně orientují.“

H2: „Lidé náhražky potravin nepoznají, protože nechtou informace o složení výrobku.“

H3: „V některých restauracích jsou nabízeny náhražky sýrů, ale spotřebitelé s tím nejsou seznámeni.“

3 METODIKA

Informace potřebné ke zpracování bakalářské práce byly získány prostřednictvím studia odborných materiálů. Jako techniku sběru dat jsem zvolila dotazník, který mi poskytne údaje o míře informovanosti spotřebitelů v oblasti náhražek potravin. Pro zjištění míry informovanosti prodejců a provozovatelů stravovacích zařízení jsem použila metodu rozhovoru.

Jak jsem již řekla pro sběr části dat, mi posloužil dotazník, který jsem vytvořila vlastnoručně. Dotazník je k dispozici v přílohách. Jedná se o přílohu číslo 5. Tento dotazník obsahuje celkem 20 otázek. Tři otázky jsou obecné a týkají se pohlaví, věku a dosaženého vzdělání respondentů. Zbýlých 17 otázek je již zaměřeno na problematiku náhražek potravin. Dvě otázky jsou položeny otevřeně, ostatní otázky jsou již uzavřené, to znamená, že dotazovaný kroužkoval možnosti. Dotazníky byly určeny hlavně pro lidi, kteří nakupují a požívají potraviny, z toho vyplývá, že dotazník mohl vyplnit prakticky kdokoli. Většinou dotazník vyplňovali lidé bydlící v Českých Budějovicích. Mezi respondenty byly jak muži tak ženy. Dotazovaní patřili do různých věkových rozmezích a dosažené vzdělání bylo také velmi odlišné. Dotazníkové šetření probíhalo přibližně jeden měsíc. Dotazníky vyplňovalo 40 respondentů a návratnost byla stoprocentní. Data získané z dotazníků byly zpracovány v programu Microsoft Excel. Data jsou uváděna v tabulkách a grafech. Každou otázku jsem zvlášť zhodnotila písemnou formou.

Pro získání dat, které by zjišťovaly míru informovanosti prodejců a provozovatelů stravovacích zařízení, jsem použila metodu rozhovoru. Vytvořila jsem dva druhy rozhovorů, jeden je určen pro prodejce a druhý pro provozovatele stravovacích zařízení. V příloze číslo 6 je možno nahlédnout do rozhovoru pro prodejce. Musela jsem kontaktovat prodejce ve velkých obchodních střediscích a pokládala jsem jim 4 předem vytvořené otázky zaměřené na náhražky potravin a jejich označování a nabízení na distribučním trhu. Odpovědi prodejců jsem si zaznamenávala a poté zhodnotila. Na otázky z druhého rozhovoru, se můžete podívat v příloze číslo 7.

4 VÝSLEDKY

V této kapitole budu prezentovat výsledky, které jsem získala. Část výsledků jsem získala pomocí dotazníku, který je k dispozici v příloze č. 5. Postupně uvedu výsledky u jednotlivých otázek a zhodnotím je. Na dotazník odpovídalo celkem 40 lidí a návratnost byla stoprocentní. Druhou část výsledků jsem získala pomocí rozhovorů. Rozhovory byly zaměřeny na prodej náhražek potravin v obchodních řetězcích. Také jsem zkoumala, jak jsou náhražky sýrů nabízeny ve stravovacích zařízeních. V příloze č. 6 se můžete podívat na otázky, které jsem pokládala v obchodních řetězcích, a otázky pro stravovací zařízení jsou k nahlédnutí v příloze č. 7.

4.1 Dotazníky

1. Jaké je vaše pohlaví?

První otázka se ptá na pohlaví respondentů. Dotazovaní kroužkovali buď možnost žena nebo muž. Následující graf zobrazuje podíl dotazovaných žen a mužů v procentech.



Graf č. 1 – Počet dotazovaných mužů a žen v procentech

Z grafu je viditelné, že na otázky v dotazníku odpovídalo celkem 27,5 % mužů a 72,5 % žen z celkového počtu 40 dotazovaných.

2. Do jakého věkového rozmezí patříte?

Takto zněla otázka číslo dvě. Dotazování vybírali jednu ze šesti možností.

- a) Méně než 20 let
- b) 20 – 30 let
- c) 31 – 40 let
- d) 41 – 50 let
- e) 51 – 60 let
- f) 61 a více let

V kategorii méně než 20 let byl pouze jeden z dotazovaných lidí. Do věkového rozmezí 20 až 30 let patří 11 respondentů. V kategorii 31 až 40 let odpovídali čtyři lidé. Nejpočetnější skupinou byli respondenti ve věkovém rozmezí 41 až 50 let. Tuto možnost zvolilo celkem 13 dotazovaných osob. Možnost 51 až 60 let zakroužkovalo 9 lidí. Pouze dvě osoby se zařadily do kategorie 60 let a více.

Z těchto dat je patrné, že nejpočetnější skupiny tvořili lidé ve věkových kategoriích 41 až 50 let (13 dotazovaných) a po té, 20 až 30 let (11 dotazovaných).

3. Jaké máte vzdělání?

Možnosti, které si dotazování mohli vybrat při odpovídání na tuto otázku jsou následující:

- a) Základní vzdělání
- b) Středoškolské vzdělání ukončené výučním listem
- c) Středoškolské vzdělání s maturitou
- d) Vyšší odborné vzdělání
- e) Vysokoškolské vzdělání

V následující tabulce jsou uvedeny počty respondentů podle dosaženého vzdělání. Hodnoty jsou uvedeny číslem a ve vedlejším sloupci v procentech.

Dosažené vzdělání respondentů	Počet respondentů	Počet respondentů v procentech
Základní vzdělání	3	7,5%
Středoškolské vzdělání ukončené výučním listem	9	22,5%
Středoškolské vzdělání s maturitou	23	57,5%
Vyšší odborné vzdělání	1	2,5%
Vysokoškolské vzdělání	4	10,0%

Tabulka č. 1 Dosažené vzdělání respondentů

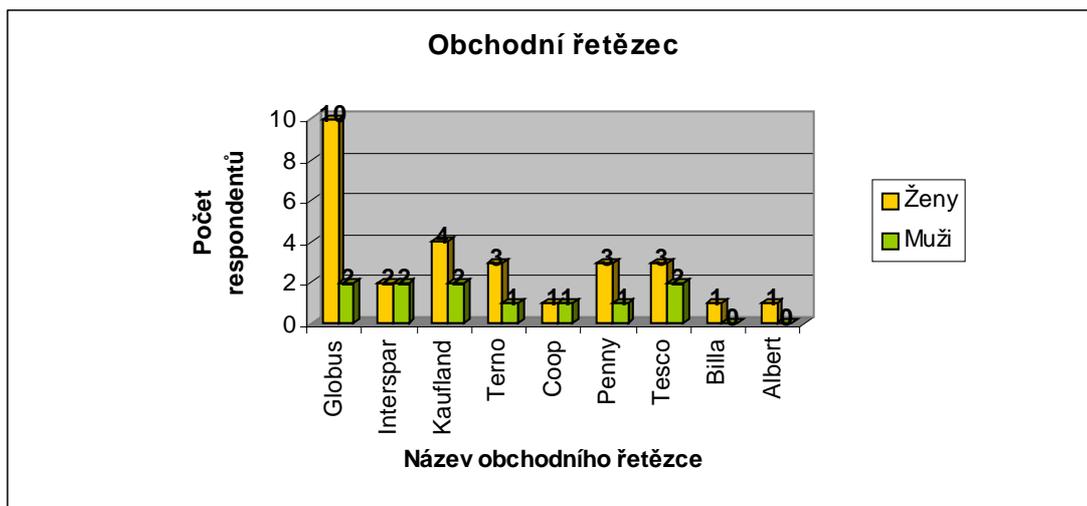
Z této tabulky vyplývá, že nejvíce respondentů dosáhlo středoškolského vzdělání s maturitou, z celkového počtu respondentů to činí 57,5%. Dále se svými 22,5% následuje kategorie dotazovaných se středoškolským vzděláním ukončeným výučním listem. Vysokoškolsky vzdělaných lidí, kteří odpovídali na dotazník, bylo 10%.

4. Nakupujete potraviny v supermarketu?

Na tuto otázku odpovědělo 39 lidí, ano, nakupují potraviny v supermarketu, a pouze jeden člověk zakroužkoval možnost b) nenakupují v supermarketu. U této otázky mě zajímalo především to, jestli lidé nakupují více v supermarketech nebo dávají přednost nějakým malým obchůdkům.

5. Který z obchodních řetězců preferujete?

Tato otázka byla položena otevřeně, to znamená, že odpověď musel vymyslet každý respondent sám. Nyní následuje graf zobrazující jednotlivé obchodní řetězce a počet mužů a žen, kteří v nich nakupují nejčastěji, preferují je.



Graf č. 2 Obchodní řetězec

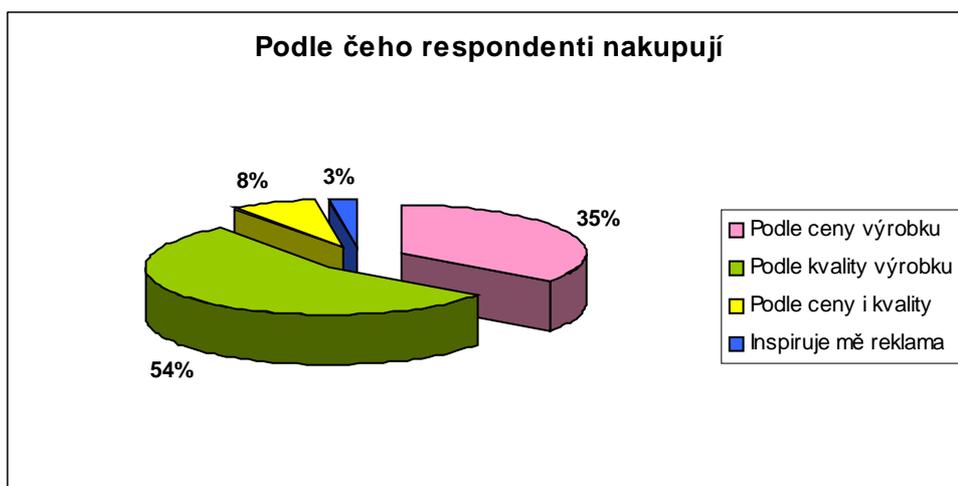
Jak je z grafu viditelné, ženy nakupují více. Nejčastěji dotazovaní volili obchodní řetězec nesoucí název Globus, celkem ho zvolilo 12 lidí, z toho bylo 10 žen a dva muži. Dále lidé preferují Kaufland, Tesco, Penny a Terno. Za nimi se 4 body následuje Interspar, dále COOP, Billa a Albert. Jeden ze všech dotazovaných na tuto otázku neodpověděl.

6. Podle čeho potraviny nakupujete?

K této otázce byly nabídnuty tyto tři odpovědi:

- a) Podle ceny výrobku
- b) Podle kvality výrobku
- c) Inspiruje mě reklama

Nyní následuje graf, který ukazuje podle čeho lidé nakupují nejčastěji, zda podle ceny, nebo kvality, a nebo se při nákupu potravin nechávají inspirovat reklamou.

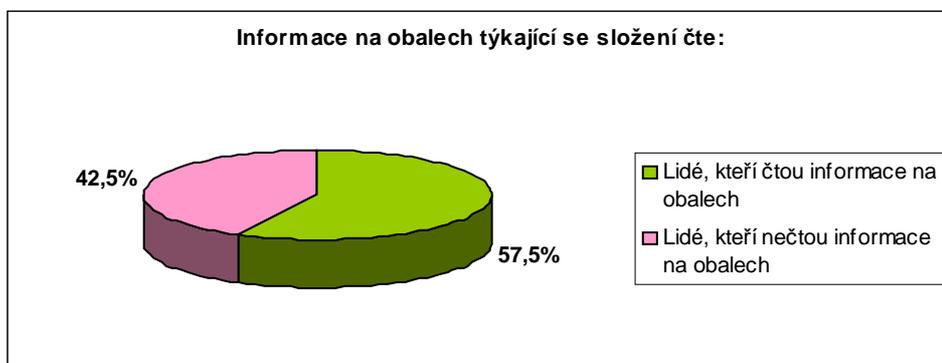


Graf č. 3 Podle čeho respondenti nakupují

Jak je možno vidět na grafu, tak nejčastěji lidé nakupují podle kvality výrobku, takto odpovědělo 54% z dotazovaných. Dalším velmi čtým faktorem ovlivňujícím výběr potravin je jejich cena. Cena je důležitá pro 35% respondentů. 8% dotazovaných zaškrtnulo dvě možnosti, a to podle ceny výrobku a podle jeho kvality. Pouze jeden člověk, tedy 3% se při nákupu nechává inspirovat reklamou.

7. Čtete informace na obalech týkající se složení výrobků?

Takto zněla sedmá otázka. Dotazovaní měli na výběr pouze mezi dvěmi odpověďmi, a ty zněly Ano nebo Ne. V následujícím grafu je zobrazeno kolik procent dotazovaných čte a kolik nečte informace na obalech výrobků týkající se jeho složení.



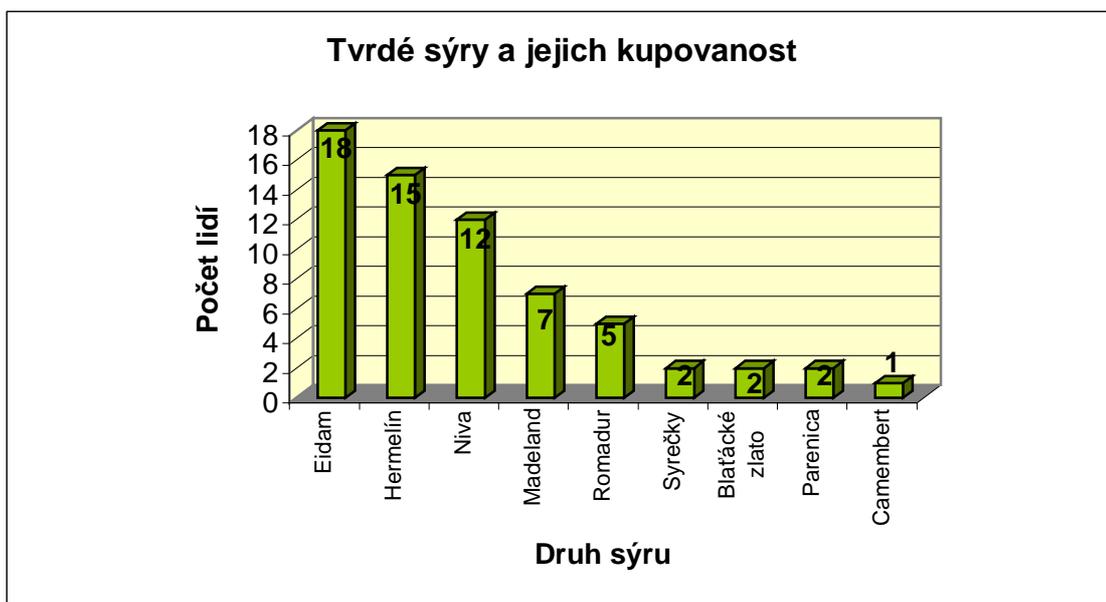
Graf č. 4 Informace na obalech týkající se složení

Z hodnot uvedených v grafu je patrně, že přibližně polovina dotazovaných informací na obalech týkající se složení výrobku čte a polovina je nečte. Přesný počet lidí, kteří tyto informace o složení čtou je 57,5% a zbytek 42,5% tyto informace nesleduje.

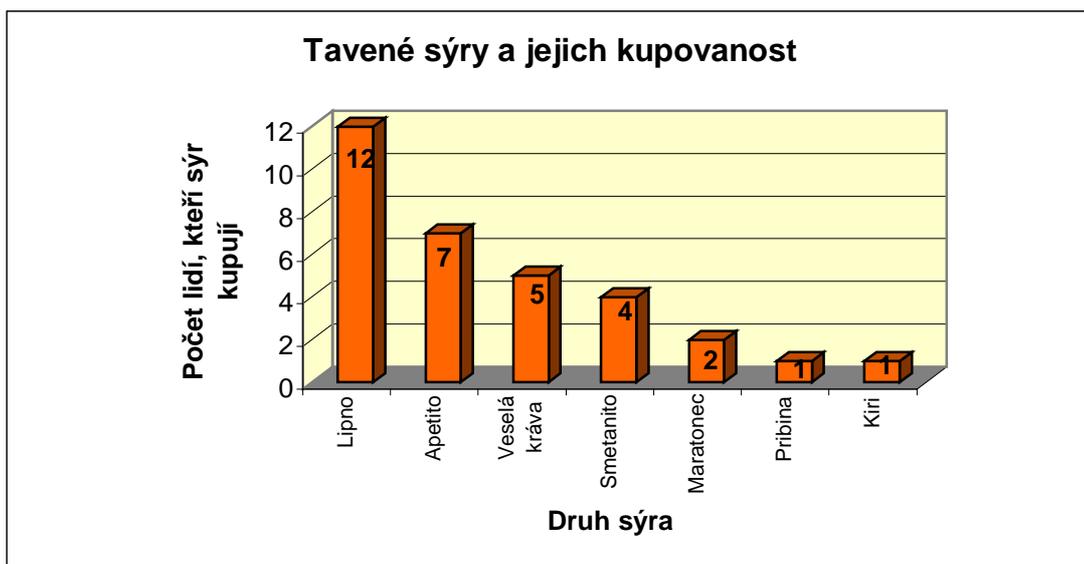
8. Jaké sýry kupujete nejčastěji?

Tato otázka byla položena otevřeně a dotazovaní měli uvést maximálně tři druhy sýrů.

Po zhodnocení odpovědí vyplynulo, že mezi nejkupovanější tvrdé sýry patří Eidam, který zvolilo celkem 18 dotazovaných, dále Hermelín, ten byl vybrán celkem 15 spotřebiteli a Nivu napsalo 12 lidí. Dále lidé při odpovídání na tuto otázku volili Madeland, Romadur, Syrečky, Parenici, Blaťácké zlato a Camembert, ty ale byly zvoleny méněkrát. Kromě tvrdých sýrů dotazovaní psali i sýry tavené. Nejkupovanějším taveným sýrem podle odpovědí respondentů je Lipno, které napsalo 12 lidí, druhým nejčastěji psaným taveným sýrem je Apetito, jež zvolilo jako svou odpověď 7 respondentů, těsně za ním se umístil tavený sýr Veselá kráva, Smetanito, Maratonec, Pribina a Kiri. Dále dotazovaní do odpovědi psali sýry typu Lučina, Cottage, Gervais a Mozzarella. V následujícím grafu se můžete podívat na grafické znázornění odpovědí. Nejprve bude graf zabývající se tvrdými sýry a druhý graf se bude věnovat taveným sýrům.



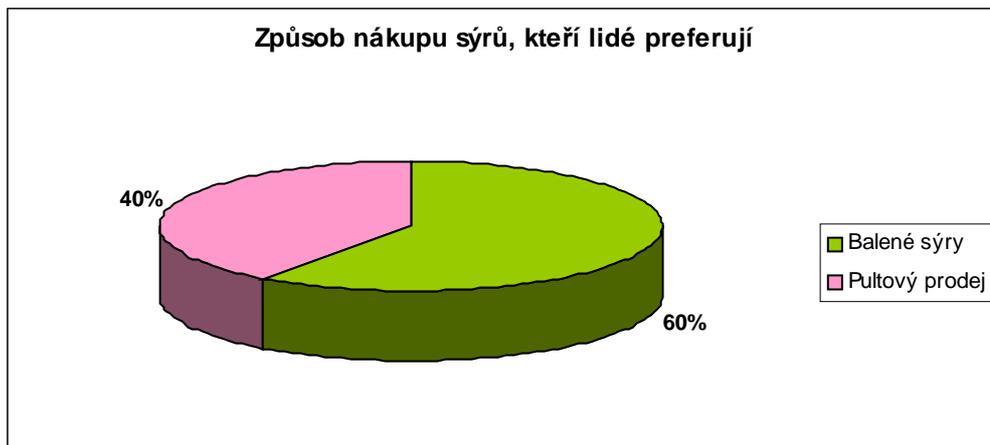
Graf č. 5 Tvrdé sýry a jejich kupovanost



Graf č. 6 Tavené sýry a jejich kupovanost

9. Dáváte přednost baleným sýrům nebo preferujete pultový prodej?

Zde následuje koláčový graf, který znázorňuje, čemu dávají lidé přednost při nákupu sýrů.

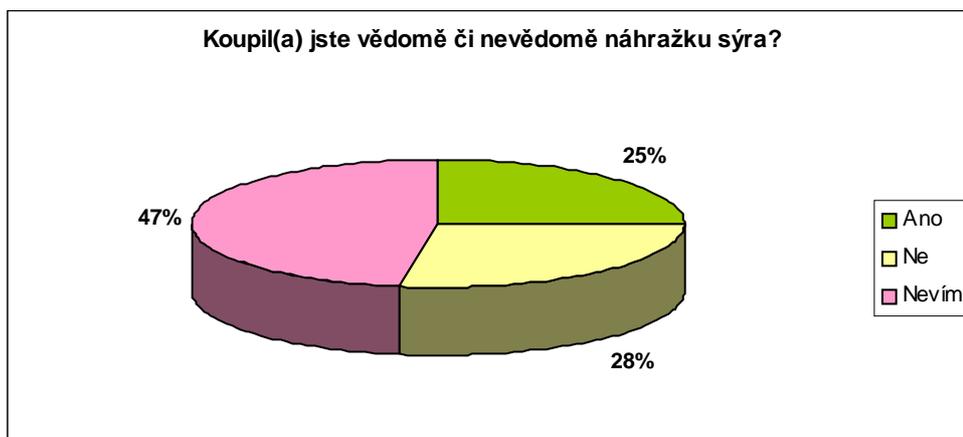


Graf č. 7 Způsob nákupu sýrů, kteří lidé preferují

Z tohoto grafu je viditelné, že 60% dotazovaných kupuje raději sýry balené. 40% dotazovaných zvolilo druhou možnost a odpovědělo, že preferuje pultový prodej sýrů.

10. Koupil(a) jste někdy ať vědomě či nevědomě náhražku sýra?

U této otázky byla tři možné dopovědi „ano“, „ne“, a „nevím“.



Graf č. 8 Koupil(a) jste někdy ať vědomě či nevědomě náhražku sýra?

Tento graf zobrazuje kolik procent dotazovaných lidí zakoupilo náhražku sýra. 25% lidí náhražku sýra zakoupila, 28% odpovědělo, že ji náhražku sýra nikdy nekoupilo a 47% lidí označilo možnost „Nevím“, zda jsem zakoupil náhražku potravinu nebo sýra.

11. Víte, jak rozeznat pravý sýr od náhražky?

U této možnosti se nabízely pouze dvě odpovědi „ano“ a „ne“.



Graf č. 9 Víte, jak rozeznat pravý sýr od náhražky

U této otázky zvolilo 45% dotazovaných možnost „ano“, vím jak rozeznat pravý sýr od náhražky. 55% dotazovaných odpovědělo, že neví, jak rozeznat pravý sýr od náhražky.

12. Stalo se Vám někdy, že jste si v restauraci objednali smažený sýr a byl jiný než obvykle, měl například jinou konzistenci atd.?

Dotazovaní lidé u této otázky mohli označit jednu ze tří možností. Těmito možnostmi jsou „ano“, „ne“ a „nejím smažený sýr“.

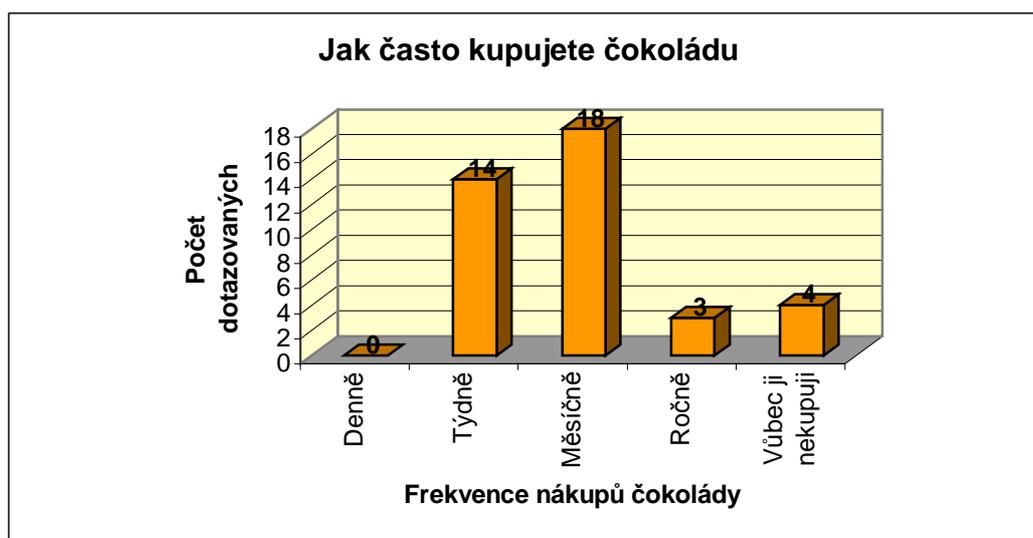
Po vyhodnocení dotazníků vyšlo, že 49% se v restauraci setkala se sýrem, který mohl být náhražkou, byl jiný než obvykle. 43% lidí se neseťkalo, se smaženým sýrem, který by měl jinou konzistenci nebo by byl celkově jiný než obvykle. A zbylých 8% dotazovaných zakroužkovalo možnost „nejím smažený sýr“.

13. Jak často kupujete čokoládu?

Možnosti byly:

- a) Denně
- b) Týdně
- c) Měsíčně
- d) Ročně
- e) Vůbec ji nekupuji

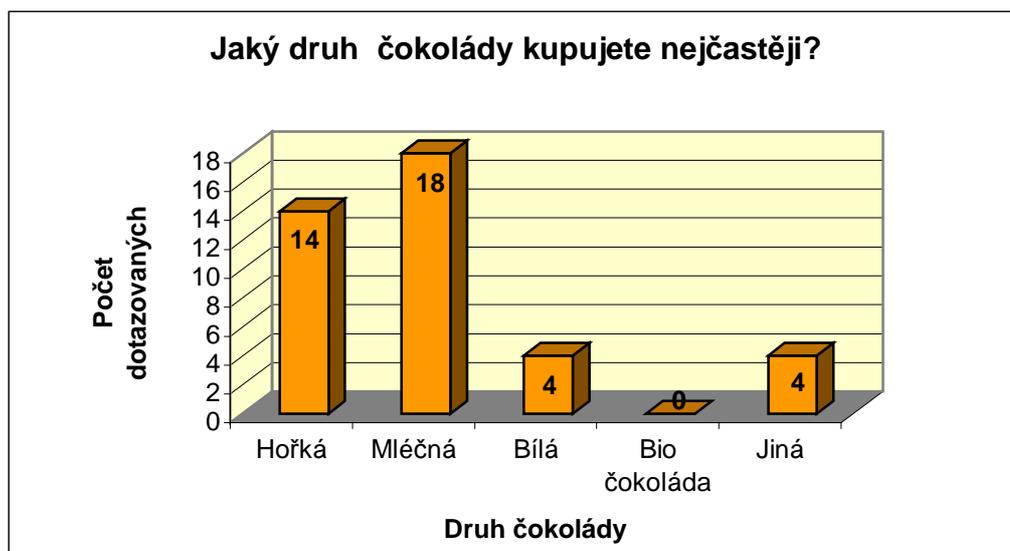
Z grafu, který následuje je viditelné, že denně čokoládu nekupuje nikdo z dotazovaných, týdně čokoládu kupuje 14 dotazovaných a měsíčně ji kupuje 18 lidí. 3 lidé kupuje čokoládu ročně. 4 dotazování respondenti čokoládu nekupují vůbec. Jeden dotazový na tuto otázku neodpověděl.



Graf č. 10 Jak často kupujete čokoládu?

14. Jaký druh čokolády kupujete nejčastěji?

Dotazovaní mohli při odpovídání na tuto otázku označit hořkou, mléčnou, bílou a bio čokoládu. Jestliže si nevybrali z těchto možností, mohli napsat i jinou čokoládu.



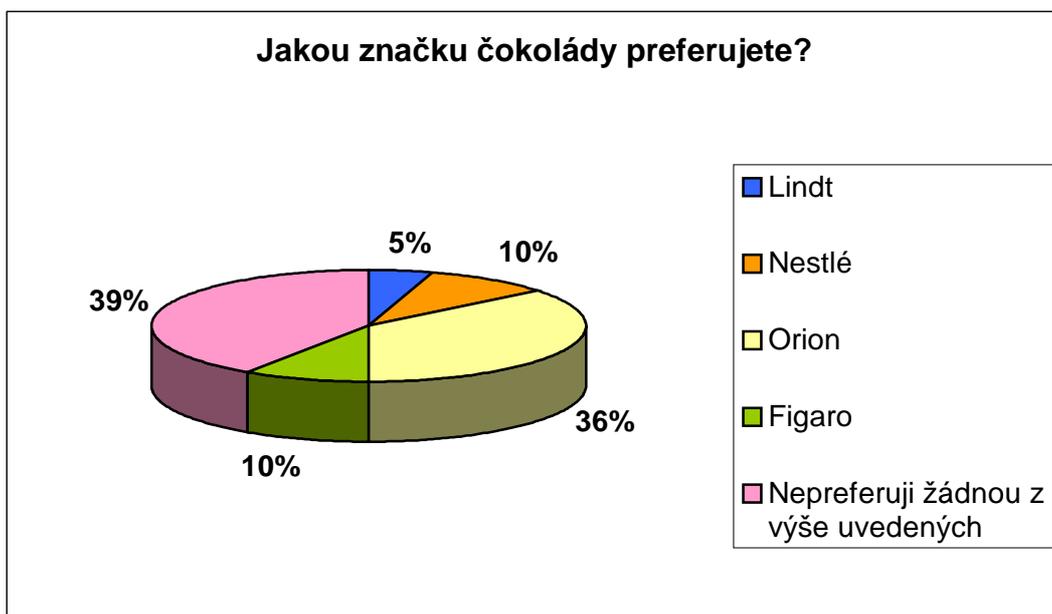
Graf č. 11 Jaký druh čokolády kupujete nejčastěji

Z grafu je patrné, že nejvíce lidí - 18 kupuje mléčnou čokoládu. Na druhém místě se umístila čokoláda hořká, kterou kupuje 14 dotazovaných. Bílou čokoládu kupují 4 respondenti, bio čokoládu nekupuje nikdo z dotazovaných. 4 lidé kupují jinou čokoládu. Dva uvedli, že nekupují žádnou, jeden uvedl, že kupuje čokoládu s vyšším obsahem kaka a poslední osoba, která zvolila tuto možnost, kupuje čokoládu na vaření.

15. Jakou značku čokolády preferujete?

Mezi možnostmi, kteří dotazovaní kroužkovali, byly tyto odpovědi: Lindt, Nestlé, Orion, dále Figaro a poslední možností bylo „nepreferuji žádnou z výše uvedených značek“.

Zde následuje graf, který znázorňuje, jakou čokoládu lidé kupují nejčastěji.



Graf č. 12 Jakou značku čokolády preferujete?

Z tohoto grafu vyplývá, že nejvíce dotazovaných, a to 39% nepreferuje žádnou z uvedených značek čokolád. 36% lidí preferuje značku Orion. Dále 10% dotazovaných preferuje čokoládu Nestlé a Figaro. Pouze 5 % dotazovaných zvolilo čokoládu Lindt.

16. Víte, že čokoláda může být falšovaná?

U této otázky se dotazovaným nabízeli pouze dvě možné odpovědi „ano“ nebo „ne“. Z vyhodnocených dotazníků vyplynulo, že 72% dotazovaných lidí ví, o tom že čokoláda může být falšovaná. A zbytek, to je 28% dotazovaných není informováno o falšování čokolády.

17. Víte, čím se liší složení pravé čokolády a její náhražky?

U této otázky byly opět možné pouze dvě odpovědi „ano“ nebo „ne“. Po vyhodnocení odpovědí na tuto otázku, vyšly tyto výsledky. 48% dotazovaných ví, jak se liší složení pravé čokolády od té falšované. A 52% dotazovaných odpovědělo, že neví, čím je složení pravé čokolády odlišné od náhražky čokolády.

18. Všiml(a) jste si někdy v obchodech, že by byly náhražky potravin zřetelně odděleny od potravin ostatních?

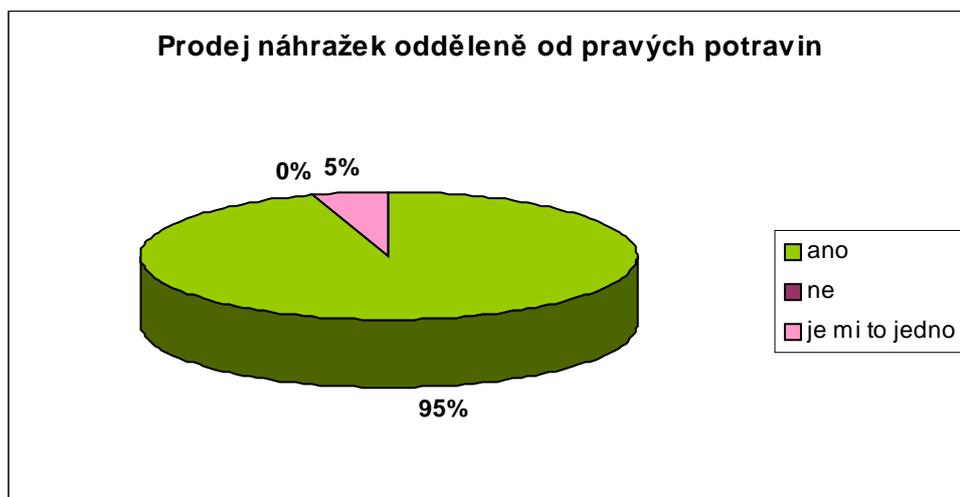
Jako možnosti odpovědi se nabízelo „ano“, „ne“ a „takových věcí si nevšímám“. Z výsledků vyplynulo, že 72% respondentů si nikdy nevšimlo, že by byly náhražky potravin zřetelně odděleny od potravin ostatních. 20% lidí uvedlo, že si takových věcí nevšímá a 8 % dotazovaných uvedlo, že si v obchodě všimly zřetelně oddělených náhražek potravin od potravin ostatních.

19. Chtěl(a) byste, aby tyto náhražky byly prodávány odděleně od pravých potravin?

Možnosti byly následující:

- a) Ano
- b) Ne
- c) Je mi to jedno

Zde následuje graf, který zobrazuje výsledky této otázky.



Graf č. 13 Prodej náhražek potravin odděleně od potravin pravých

Z tohoto grafického znázornění vyplývá, že 95% dotazovaných by chtělo, aby byly náhražky potravin prodávány odděleně od potravin pravých. Žádný z dotazovaných lidí nebyl proti prodeji náhražek potravin odděleně od potravin pravých. Pouze 5% lidí je jedno, jak budou náhražky potravin prodávány, zda odděleně nebo společně s potravinami originálními.

20. Myslíte, že téma náhražek je v médiích dosti diskutované?

Dotazovaný mohl zvolit mezi odpovědí „ano“ nebo „ne“. 8% dotazovaných si myslí, že téma náhražek potravin je v médiích dosti diskutované. A 92% si myslí pravý opak, téma náhražek není dosti diskutované. Zde následuje grafické znázornění výsledků.



Graf č. 14 Je téma náhražek potravin dosti diskutované v médiích?

4.2 Celkové zhodnocení dotazníků

Na otázky v dotazníku odpovídalo celkem 27,5 % mužů a 72,5 % žen z celkového počtu 40 dotazovaných. Nejvíce lidí, kteří odpovídali na dotazník patřilo do věkových kategorií 41 až 50 let a 20 až 30 let. Nejvíce dotazovaných lidí dosáhlo středoškolského vzdělání s maturitou.

Až na jednoho člověka nakupují v supermarketu všichni dotazovaní. Nejčastěji dotazovaní nakupují v obchodním řetězci nesoucí název Globus. Dále lidé preferují Kaufland, Tesco, Penny a Terno. Převládající podíl dotazovaných lidí nakupuje podle kvality výrobku, Dalším velmi důležitým faktor, který ovlivňuje výběr potravin, pro ně byla cena. Podíl dotazovaných, kteří čtou a nečtou informace týkající se složení výrobku, je skoro vyrovnaný, mírně ale převládají dotazovaní, kteří informace o složení výrobku čtou.

Mezi nejkupovanější tvrdé sýry patří Eidam, dále Hermelín a Niva. Nejkupovanějšími tavenými sýry podle odpovědí respondentů jsou Lipno, Apetito, Veselá kráva, Smetanito, Maratonec, Pribina a Kiri. 60% dotazovaných kupuje raději sýry balené. 40% dotazovaných preferuje pultový prodej sýrů. Z toho vyplývá, že 40% spotřebitelů nemá možnost přečíst si informace o složení na obale výrobku. U balených sýrů tato možnost existuje, lidé si mohou informace o složení výrobku přečíst. 47% dotazovaných lidí neví, zda někdy koupili náhražku sýra. 25% lidí uvedlo, že náhražku sýra zakoupili a 28% lidí prý náhražku sýra nikdy nekoupilo. 45% dotazovaných ví, jak rozeznat pravý sýr od náhražky a 55% dotazovaných neví, jak lze rozeznat pravý sýr od náhražky. S náhražkou sýra v restauraci se setkalo přibližně 49% respondentů. Zbytek lidí se buď s náhražkou smaženého sýra v restauraci nesetkalo nebo smažený sýr nejí.

Většina respondentů kupuje čokoládu týdně nebo měsíčně. Nejvíce lidé preferují hořkou a mléčnou čokoládu. Většina lidí uvedlo, že nepreferují žádnou značku čokolády, o něco menší procento lidí preferuje čokoládu značky Orion. 72% dotazovaných lidí ví, o tom, že existují náhražky čokolády. 48% dotazovaných ví, jak se liší složení pravé čokolády od její náhražky a 52% dotazovaných neví, čím je složení pravé čokolády odlišné od náhražky čokolády.

72% respondentů si nikdy nevšimlo, že by byly náhražky potravin zřetelně odděleny od potravin ostatních. 20% lidí uvedlo, že si takových věcí nevšímá a 8 % dotazovaných uvedlo, že si v obchodě všimly zřetelně oddělených náhražek potravin od potravin ostatních. 95% dotazovaných by chtělo, aby byly náhražky potravin prodávány odděleně od potravin pravých. 8% dotazovaných si myslí, že téma náhražek potravin je

v médiích dosti diskutované. A zbytek, což je 92% si myslí pravý opak, téma náhražek není dosti diskutované.

4.3 Rozhovory

Nyní bych se ráda věnovala nabízení náhražek potravin v prodejnách potravin a ve stravovacích zařízeních. Zde budou následovat další dva výzkumy. Jeden je zaměřený na způsob nabízení náhražek potravin v obchodech a druhý bude zjišťovat, zda jsou náhražky potravin, zejména sýrů používány ve stravovacích zařízeních a jakým způsobem. Oba tyto výzkumy byly provedeny metodou rozhovoru.

Než uvedu svůj vlastní výzkum, zmíním se o výsledcích cíleného státního zdravotního dozoru, který byl zaměřen na klamání spotřebitele ve společném stravování v souvislosti s používáním náhražek sýrů. V říjnu roku 2008 byla pracovníky krajských hygienických stanic provedena kontrolní činnost, která byla zaměřena na používání náhražek sýrů při výrobě pokrmů v zařízeních poskytující stravovací služby. Používání analogů sýrů není ve společném stravování zakázáno. Důležité je, aby byl spotřebitel informován o použití těchto surovin a nebyl klamán. Jestliže je sýr deklarovaný na jídelním lístku zaměněn za náhražku bez vědomí spotřebitele, jde o porušení evropského potravinového práva, které se snaží zabránit podvodným klamavým praktikám, falšování potravin a dalším praktikám, které by mohli spotřebitele uvádět v omyl. Nejčastěji k záměně sýru za náhražku sýra dochází u pokrmů jako je například pizza s mozzarellou, smažený sýr, špagety se sýrem a další. Další zákon, který zakazuje klamání spotřebitele je Zákon o ochraně spotřebitele, zejména zakazuje uvádění nepravdivých, nedoložených, neúplných, nepřesných, nejasných, dvojsmyslných nebo přehnaných údajů nebo zamlčování údajů o skutečných vlastnostech výrobků.

Výsledky tohoto dozoru ukázaly, že používání analogů sýrů při přípravě pokrmů ať vědomě či nevědomě není ve stravovacích službách nic ojedinělého. Pracovníci hygienických stanic podrobili kontrole celkem 262 provozoven, z nichž ve 47 případech, to je 18% bylo zjištěno klamání spotřebitele ve smyslu použití

nedeklarované sýrové náhražky. Za porušení zákona byly uděleny sankce v celkové výši 45500 Kč. Podobně zaměřené kontroly budou do budoucna pokračovat.

4.3.1 Rozhovor pro prodejce

Rozhovor pro prodejce je k nahlédnutí v příloze č. 6. Pokládání otázek probíhalo následovně. Nejprve jsem kontaktovala vedení obchodních řetězců pomocí kontaktního formuláře, který je k nalezení téměř na každých webových stránkách řetězce. Jestliže jsem kontaktní formulář nenašla, poslala jsem obyčejný e-mail. V emailu jsem vedení řetězce požádala o poskytnutí informací. Několik řetězců mi neodpovědělo, dva řetězce mi odpověděli písemně a jeden si se mnou sjednal osobní schůzku. Mezi řetězci, které neodpověděli, byl Globus, Tesco a Interspar, ve kterém jsem byla i osobně, vedení mi odpovědělo, že takové informace nesmí bez povolení podávat a přislíbilo, že se zeptá na centrální provozovně a poté mě kontaktuje. Bohužel ke kontaktu z jejich strany již nedošlo. Prodejce jsem zkoušela kontaktovat několikrát. Odpověděli mi tři obchodní řetězce Kaufland, Coop, Terno neboli Jednota.

S vedením Terna jsem mluvila osobně, protože vedoucí provozovny nechtěl informace poskytnout elektronickou formou. Při schůzce byl velmi milý a o náhražkách potravin toho věděl mnoho, což mě překvapilo. Na první otázku, zda prodávají ve svých prodejnách analogy potravin, zejména náhražky sýrů a čokolád, mi odpověděl, že ano, ale pouze ve velkých obchodech jako je Terno, v těchto obchodech je o náhražky sýrů poměrně vysoký zájem. V menších pobočkách Jednoty se náhražky sýrů neprodávají, protože o ně není zájem ze strany zákazníků. Náhražky čokolády zde taky prodávají, ale jsou správně označené, na jejich obalech není ani zmínka o čokoládě. Na druhou otázku, která se týkala opatření, která obchodní řetězec dělá proto, aby zajistil prodej náhražek potravin v souladu s právními předpisy, mi bylo odpovězeno takto, náhražky prodáváme pokud možno odděleně, a uvádíme, že se jedná o analog potraviny. Třetí otázka se ptala na kontroly zaměřené na správný prodej těchto náhražek. Označování potravin a jejich analogů kontroluje Česká obchodní inspekce. Na prodej náhražek potravin má své kontroly zaměřená Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Čtvrtá

otázka zjišťovala, zda se objevují stížnosti zákazníků na nevhodný prodej náhražek potravin-klamání spotřebitele. V současné době si prý nikdo na prodej těchto výrobků nestěžuje, ale přibližně před třemi roky, se objevovaly stížnosti dosti často. Týkalo se to především výrobku „Cihla alternative“, lidé si ho kupovali v domnění, že jde o sýr. Byly to převážně stížnosti z důvodu neinformovanosti, lidé přehlíželi slovo „alternative“, které bylo dosti důležité.

Druhý obchodní řetězec, který mi odpověděl na mé otázky, byl COOP. Odpovídala mi inženýrka pracující na úseku kvality potravin. Stejně jako vedoucí provozovny Terna, byla pani inženýrka v oblasti náhražek potravin informována. Na první otázku, zda prodávají ve svých prodejnách i analogy potravin, mi bylo odpovězeno ano. Zmiňovaná pani inženýrka mi ovšem zkritizovala použitou terminologii, nelíbilo se jí slovo analog nebo náhražka potraviny. Na druhou otázku, která se ptala na opatření, které prodejny provádějí, aby zajistili prodej těchto výrobků v souladu s právními předpisy, mi bylo řečeno „Dodržujeme právní předpisy, upravující požadavky na označování a způsob prodeje potravin. O specifických požadavcích na jednotlivé druhy potravin zasíláme informace do celého systému.“ Na otázku, zda v jejich prodejnách probíhají kontroly dozorovými orgány, mi bylo řečeno, že zde probíhají kontroly všemi zainteresovanými orgány, které sledují nejen správný prodej těchto potravin, ale i jejich označení. Tento obchodní řetězec provádí i vlastní kontroly v síti svých prodejen. Tyto kontroly jsou zaměřeny i na správné označování a způsob prodeje analogů potravin v souladu s právními předpisy. Stížnosti zákazníků na nevhodný prodej náhražek potravin neboli klamání spotřebitele se neobjevují.

Další obchodní síť, která mi odpověděla, avšak ve stručnosti, byl Kaufland. Zde mi na otázky odpovídal pracovník z Tiskové a reklamní oblasti. Na mé otázky odpověděli všeobecně. „Naše společnost dodržuje samozřejmě veškeré právní normy a je pravidelně kontrolována státními orgány jako je Státní zemědělská a potravinářská inspekce a Česká obchodní inspekce.“

Řetězce, které mi neodpověděli, jako jsou například Tesco, Globus, Interspar, jsem kontaktovala opakovaně s prosbou o udání důvodu, kvůli kterému mi odmítli poskytnout informace. Žádný z těchto řetězců nesdělil ani důvod, proč na mé otázky

nechtěl odpovídat. Z toho vyvozují, že buď jsou ve vedení firem neochotní lidé, kteří se nehodlají zabývat odpovídáním na otázky. Dalším důvodem může být, že nechtějí tyto informace poskytovat. Nebo lidé, kteří mi měli odpovědět, nemají znalosti z této oblasti a neumí mi na položené otázky odpovědět. Jedním z důvodů také mohlo být, to že nedodržují prodej těchto potravin v souladu s právními předpisy.

Z těchto rozhovorů mi vyplynulo, že někteří prodejci potravin jsou v oblasti náhražek potravin dosti informovaní, dodržují všechny právní předpisy a ochotně poskytují informace. Řekla bych, že s informovaností a neinformovaností u prodejců je to vyrovnané.

4.3.2 Rozhovor pro provozovatele stravovacích zařízení

Otázky pro stravovací zařízení jsou v příloze č. 7. Tyto otázky jsem se snažila pokládat, tak abych zjistila, zda jsou ve stravovacích zařízeních nabízeny náhražky sýrů a jakou formou.

První otázka zjišťovala, jaké sýry používá stravovací zařízení při přípravě pokrmů. V jedné nejmenované českobudějovické restauraci, která je otevřena pouze v době obědů, používají k přípravě pokrmů sýry Eidam, Niva a Hermelín. Tyto sýry používají ke smažení a dále jako posyp na přírodní řízek nebo na zeleninové saláty. Sýry nakupují ve velkoobchodě Makro. Na otázku, zda někdy koupili vědomě či nevědomě náhražku sýra, mi vedoucí kuchyně odpověděla, že ano, ale nevědomě. Tuto náhražku sýra použili při přípravě pokrmu, ale zákazníka o tom neinformovali ani v jídelním lístku ani žádnou jinou formou, protože náhražka sýra byla zakoupena nevědomě a sami, o tom nevěděli. O tom, že použitý sýr je náhražka, se kuchařka dozvěděla až ve chvíli, kdy si zákazníci začali stěžovat, že je sýr divný, jiný než obvykle.

5 DISKUZE

Nyní zhodnotím své výsledky. Z dotazníkového výzkumu vyplynuly tyto závěry. 54% dotazovaných kupuje potraviny podle kvality a 35% respondentů vybírá potraviny převážně podle ceny. 57,5% dotazovaných čte informace o složení výrobku a 42,5% lidí tyto informace nečte. Z toho vyplývá, že ti kteří informace o složení výrobku nečtou, nedokáží rozlišit původní potravinu od její náhražky. Z další otázky vyplývá, že 47% dotazovaných lidí neví, zda někdy koupily náhražku sýra. S tím souvisí i fakt, že 55% dotazovaných neví, jak se liší původní sýr od jeho náhražky. S náhražkou sýra se v restauraci setkalo pravděpodobně 49% respondentů. Dále dotazníkové šetření ukazuje, že 72% lidí ví o tom, že existují náhražky čokolády. 48% dotazovaných ví, jak se liší složení pravé čokolády od její náhražky a 52% dotazovaných, neví, jak se tyto dva výrobky liší ve složení. 72% respondentů si nikdy nevšimlo, že by byly náhražky potravin zřetelně odděleny od potravin původních. Tohoto si všimlo pouze 8% dotazovaných. Tyto dva výsledky svědčí o tom, že analogy potravin nejsou v distribuční síti nabízeny, tak aby se v nich spotřebitelé snadno vyznali. 95% dotazovaných by chtělo, aby byly náhražky prodávány odděleně od potravin pravých. Pouze 8% dotazovaných odpovědělo, že si myslí, že téma náhražek potravin je v médiích dosti diskutované. 92% lidí si myslí, že se o tomto tématu diskutuje nedostatečně.

Z těchto výsledků vyplývá, že dotazovaní nejsou dostatečně informováni v oblasti náhražek potravin, většina z nich ví, že existují nějaké analogy potravin, ale velmi často neví, jak je mají poznat. Také neví, zda již někdy takovou náhražku koupili.

Kromě dotazníkového šetření, jsem zrealizovala výzkum pomocí rozhovorů. Rozhovorem jsem zjišťovala informovanost prodejců v oblasti analogů potravin. Všechny obchodní řetězce, které mi odpověděli, jsou podle mého názoru dostatečně informováni v této oblasti.

Hlavním cílem této práce bylo objasnit čtenářům co nejvíce problematiku týkající se náhražek potravin. Podle mého názoru jsem tento cíl splnila. Vysvětlila jsem základní pojmy, informovala čtenáře o historii a některých případech analogů potravin. Dále jsem poskytla informace o historii sýrů a čokolády, o jejich výrobě, druzích

a náhražkách. Nejdůležitějším cílem této práce bylo poskytnout spotřebiteli takové informace díky, kterým se bude snáze orientovat v oblasti náhražek potravin. Tento cíl jsem tedy splnila a spotřebitele jsem dostatečně informovala.

Druhým cílem bylo informovat spotřebitele o tom, jak jsou náhražky sýrů a cukrovinek označovány a nabízeny v distribuční síti. Označování a nabízení těchto druhů potravin jsem popsala v teoretické části.

Třetím cílem mé práce bylo vyzkoumání míry informovanosti jak spotřebitelů, tak prodejců, ale i provozovatelů stravovacích služeb. Míru informovanosti spotřebitelů jsme zkoumala pomocí dotazníkového šetření, jehož výsledkem je, že spotřebitelé jsou v této oblasti nedostatečně informováni. Většina z nich ví, o tom, že existují analogy potravin, ale už neví, jak se liší od potravin původních, a jak je mohou v prodejně poznat. Mnoho z nich dokonce neví, zda již takovou náhražku někdy koupilo nebo ne. Spotřebitelé nejsou informováni z několika důvodů. Většina v nich neče informace o složení výrobku, které jsou při rozeznávání potravin a jejich analogů velmi důležité až nezbytné. Jedním z důvodů, proč lidé nemají dostatek informací, je, že se o tomto tématu málo diskutuje. Pouze 8% dotazovaných si myslí, že toto téma je v médiích dosti diskutované. Míru informovanosti prodejců jsem zjišťovala prostřednictvím rozhovorů. Kontaktovala jsem několik prodejců, z nichž mi byli ochotni odpovědět pouze tři. Terno, Kaufland a Coop. Z těchto rozhovorů mi vyplynulo, že někteří prodejci potravin jsou v oblasti náhražek potravin dostatečně informováni o způsobu označování a nabízení náhražek potravin, dodržují všechny právní předpisy a ochotně poskytují informace. Řekla bych, že s informovaností a neinformovaností u prodejců je to vyrovnané. Prodejce, kteří mi neodpověděli, jsem kontaktovala opakovaně s prosbou o sdělení důvodu proč, mi potřebné informace neposkytli. Tito prodejci však nesdělili ani důvod neposkytnutí informací. Z toho vyvozují, že buď jsou ve vedení firem neochotní lidé, kteří se nehodlají zabývat odpovídáním na otázky. Dalším důvodem může být, že nechtějí tyto informace poskytovat. Nebo lidé, kteří měli na otázky odpovědět, nemají takové znalosti z této oblasti, aby mohli na položené otázky odpovědět. Jedním z důvodů také mohlo být, to že nedodržují prodej těchto potravin v souladu s právními předpisy. Také jsem měla zjistit míru informovanosti

provozovatelů stravovacích služeb. Podařilo se mi kontaktovat jedno restaurační zařízení, jehož pracovnice mi ochotně odpověděla na otázky. Z odpovědí jsem zjistila, že pracovníci stravovacích zařízení nemají dostatek informací z oblasti náhražek potravin, zejména sýrů. Kuchaři většinou nevědí, jak rozlišit náhražku sýra od sýra původního. Z tohoto důvodu mohou nevědomě koupit náhražku sýra ve velkoobchodě a použít ji při přípravě pokrmů. Většina pracovníků restauračních zařízení neví, že když použije k přípravě pokrmu náhražku, měli by to zákazníkovi nějakou formou oznámit, protože jinak se jedná o klamání spotřebitele, za které může být uložena sankce.

První hypotéza zněla: „Náhražky potravin nejsou na trhu správně nabízeny a spotřebitelé se v nich obtížně orientují.“ To, že náhražky potravin jsou na trhu nesprávně nabízeny je pravdivé tvrzení. Náhražky potravin jsou nabízeny společně s potravinami původními, což spotřebitele může zmást. Tento fakt, potvrzuje i výsledek z dotazníkového šetření, že 72% respondentů si nikdy nevšimlo, že by byly náhražky potravin zřetelně odděleny od potravin pravých, pouze 8% dotazovaných si někdy všimlo, že byly náhražky potravin prodávány odděleně. Tvrzení, že se lidé v náhražkách potravin obtížně orientují, potvrzuje fakt, že 40% lidí ani nevědělo, zda někdy zakoupilo náhražku sýra. Dovoluji si říci, že tuto hypotézu jsem potvrdila.

Jako druhou hypotézu jsem si stanovila toto tvrzení. „Lidé náhražky potravin nepoznají, protože nečtou informace o složení výrobku.“ Z dotazníkového výzkumu, respektive z otázky číslo 7, která se ptá dotazovaných, zda čtou informace o složení výrobku, vyplývá, že informace na obalech nečte 42,5% dotazovaných, to znamená, že tyto lidé analog potraviny nemohou poznat. Informace o složení je jediný způsob, jak poznat náhražku potraviny při nákupu.

Třetí hypotéza byla, že „V některých restauracích jsou nabízeny náhražky sýrů, ale spotřebitelé s tím nejsou seznámeni.“ Tato tvrzení jsem potvrdila rozhovorem, kdy mi bylo řečeno, že pracovníci restaurace nevědomě zakoupili náhražku sýra, kterou použili k přípravě smaženého sýra. Zákazníkům nic neoznámili, protože, o tom sami nevěděli. O tom, že použitý sýr byla náhražka, se dozvěděli, až když si zákazníci začali stěžovat, že je ten smažený sýr nějaký divný. Tímto jsem potvrdila i tuto hypotézu.

V této kapitole bych o svých výsledcích měla diskutovat s odbornou literaturou. Moc ráda bych s odbornou literaturou diskutovala, ale nepodařilo se mi najít žádnou odbornou literaturu v knižní formě, ve které by byl podobný výzkum. V internetových zdrojích se mi podařilo najít množství článků, které píšou o neinformovanosti spotřebitelů, o tom že nechtou informace o složení výrobku. Tyto články se snaží informovat spotřebitele, o tom jak se v náhražkách potravin mají orientovat. Na internetových stránkách Státní zemědělské a potravinářské inspekce jsou informace o kontrolách prováděných v obchodních řetězcích. Tyto kontroly měly zjistit, zda jsou analogy potravin prodávány v souladu s právními předpisy. Při svých kontrolách došli k závěru, že některé řetězce stále dělají chyby v prodeji náhražek potravin, k takovému výsledku jsem dospěla také, a to pomocí dotazníkového výzkumu pro spotřebitele. Od své vedoucí práce jsem měla k dispozici článek, který vznikl jako závěr z kontrolních šetření prováděných ve stravovacích službách. V těchto zařízeních se kontrolovalo nabízení náhražek sýrů, především to, zda jsou spotřebitelé seznámeni s tím, že ve stravovacím zařízení náhražka sýra podávána. Výsledkem kontrol hygienických stanic bylo, že mnoho restauračních zařízení používá pro přípravu pokrmů náhražku sýra, ale neinformuje o tom zákazníka. Tento výsledek se shoduje i s mým výsledkem, který jsem získala pomocí rozhovorů s provozovateli stravovacích zařízení.

6 ZÁVĚR

Závěrem práce bych chtěla zrekapitulovat nejvýznamnější momenty a poznatky, ke kterým jsem během této práce dospěla.

Splnila jsem všechny tři cíle, které jsem stanovila. Čtenáři jsem poskytla veškeré potřebné informace k tomu, aby se dokázal orientovat v oblasti náhražek potravin. V úvodu práce jsem vysvětlila základní pojmy, například co, to je analog potravin. Dále jsem popsala historii náhražek, některé případy náhražek potravin, jejich výrobu. Uvádím také jak, se liší jejich složení od složení výrobku původního. Informuji čtenáře o způsobu označování a nabízení analogů potravin. Pomocí dotazníkového výzkumu jsem zjistila míru informovanosti spotřebitelů. Většina spotřebitelů ví, o tom, že existují analogy potravin, ale už neví, jak se liší od potravin původních, a jak je mohou v prodejně poznat. Mnoho z nich dokonce neví, zda již takovou náhražku někdy koupilo nebo ne. Prostřednictvím rozhovorů jsem zjistila míru informovanosti prodejců a provozovatelů stravovacích zařízení. S informovaností a neinformovaností prodejců je to přibližně vyrovnané, stále se najdou prodejci, kteří dělají chyby při prodeji náhražek potravin. Úroveň informovanosti provozovatelů stravovacích služeb je nízká. O výsledcích, ke kterým jsem dospěla, jsem čtenáře informovala prostřednictvím kapitoly výsledky, kde je množství grafů, ale i písemné hodnocení výsledků.

V začátcích práce jsem stanovila celkem tři hypotézy a všechny tři jsem potvrdila.

Podle mého názoru by mělo být toto téma více diskutované, aby se zvýšila informovanost jak u spotřebitelů, tak i u prodejců a provozovatelů. V budoucnu by určitě měly pokračovat kontroly všech zainteresovaných dozorových orgánů, tak aby již nedocházelo ke klamání spotřebitele ze strany prodejce nebo provozovatele stravovacích služeb.

Zpracovávání této práce mi přineslo mnoho nových poznatků. Bakalářská práce by mohla sloužit jako odborná literatura, která by se zabývala náhražkami potravin.

7 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. BUREŠOVÁ, Pavla. *Čokoláda*. [online]. 14. 3. 2007. [cit. 9. října 2008]. Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Dostupné z <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1000280&docType=ART&nid=11327>
2. COADY, Chantal.; *Čokoláda: průvodce znalce světem nejjemnějších čokoládových cukrovinek*. Přeložila Štěpánka Svobodová. 1. vyd., Praha : Fortuna Print, 2000. 191 s. ISBN 80-86144-54-2
3. DOMANSKÁ, Lucie. *Klamání spotřebitele je zakázáno pod pokutou až 50 milionů*. [online]. 3. 3. [citováno 19. prosince 2008]. Dostupné z <http://www.podnikatel.cz/clanky/klamani-spotrebitelje-zakazano/>
4. KOPRDA, Tomáš.; *Legislativa a kontrola potravin*. 1. vyd., Brno : Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 1999. 169 s. ISBN 80-7157-360-4
5. KOŘENKOVÁ, Šárka. *Alternativa sýru- to je analog*. [online]. [cit.17. prosince 2008]. Dostupné z <http://www.vareni.cz/trendy/alternativa-syru-to-je-analog/>
6. KOULOVÁ, Gabriela. *Co najdete v sýru?* [online]. 10. 6. Dostupné z <http://www.blesk.cz/clanek/91547/co-najdete-v-syru.html>
7. KYŠA, Leoš. *Jídlo s falešným úsměvem*. [online]. 17.02. [cit.10. října 2008] Dostupné z www.tyden.cz/tema/jidlo-s-falesnym-usmevem_44547.html

8. MIŠUREC, Jan. *Čokoládou nikoho neurazíte, ale tou pravou!* [online]. Sdružení obrany spotřebitelů (SOS). 14.02. 2008. [cit. 10. prosince 2008]. Dostupné z http://www.spotrebitele.info/potraviny_zdravi/clanek.shtml?x=2344151
9. *O sýrech*. [online]. [cit. 9. listopadu 2008]. Webové stránky Želetava.cz. Dostupné z http://www.zeletava.cz/main.php?disp=o_syrech&sess=
10. PANENKA, Pavel. *Alternativní sýry – sýrové náhražky*. [online]. Týdeník princip. Vydáno 8.11.2007. [cit.10. listopadu 2008]. Dostupné z <http://www.principdc.cz/?clanek=5380>
11. PICKOVÁ, Ivana, Sdružení obrany spotřebitelů. *Pozor na mikulášské a jiné náhražky*. [online]. 2. 12. 2008. poslední aktualizace 2. 12. 2008. [cit. 6. prosince 2008] Dostupné z http://www.spotrebitele.info/potraviny_zdravi/clanek.shtml?x=2347938
12. RIDGAWAY, Judy.; *Sýry: průvodce světem sýrů*. Přeložila Štěpánka Svobodová. 1.vyd., Praha : Fortuna Print. 2001. 224 s. ISBN 80-86144-65-8
13. SKUROVCOVÁ, Pavla. *Vybírejte raději pravé čokolády, ne náhražky*. [online]. Fórum zdravé výživy 25. 8. 2005. [cit.10. listopadu 2008]. Dostupné z http://www.fzv.cz/web/fzv-poskytuje/fzv_v_mediich/?id=30
14. SOS magazín: testy - rady - informace. Praha: Sdružení obrany spotřebitelů, 2007. ISSN: 1802-6214.
15. ŠÁNOVÁ, Petra. *Naučíme spotřebitele číst „mezi řádky“?*. Perspektivy jakosti [online]. 29.9.2008. číslo 2. [cit. 12. prosince 2008]. Dostupné z <http://www.perspektivyjakosti.cz/k-hlavnimu-tematu/naucime-spotrebitele-cist-mezi-radky.html>

16. *Tajemství sýrů*. [online]. [cit.10. listopadu 2008]. Dostupné z http://www.royalmenu.cz/clanek/113/recepty/kuchyne/tajemstvi_syru.html
17. *Vyhláška č.43/2005 Sb., kterou se mění vyhláška č. 76/2003 Sb, kterou se stanoví požadavky pro přírodní sladidla, med, cukrovinky, kakaový prášek a směsi kaka a s cukrem, čokoládu a čokoládové bonbony*
18. ZACHARI, Petra. *Sýr nebo potravinový výrobek*. [online]. 5. 10. 2006. Poslední změna 08.08. 2007. [cit.17. prosince 2008]. Dostupné z http://www.spotrebitele.info/potraviny_zdravi/clanek.shtml?x=2197699
19. *Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů.*
20. *Zákon č. 36/2008 Sb. o ochraně spotřebitele, kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.*

8 KLÍČOVÁ SLOVA

Analog (náhražka) potraviny

Čokoláda

Klamání spotřebitele

Spotřebitel

Sýr

9 PŘÍLOHY

Příloha 1. **Členění cukrovinek na druhy, skupiny a podskupiny**-Zdroj Příloha č. 4 k Vyhlášce č. 76/2003 Sb.

Příloha 2. **Členění čokolád a čokoládových bonbonů na druhy a skupiny**- Zdroj Příloha č. 8 k Vyhlášce č. 76/2003 Sb.

Příloha 3. **Fyzikální a chemické požadavky na jakost** - Zdroj Příloha č. 9 k Vyhlášce č. 76/2003 Sb.

Příloha 4. **Rostlinné tuky povolené do čokoládových výrobků**- Zdroj Příloha č. 10 k Vyhlášce č. 76/2003 Sb.

Příloha 5. **Dotazník pro spotřebitele**

Příloha 6. **Rozhovor pro prodejce**

Příloha 7. **Rozhovor pro provozovatele stravovacích služeb**

Příloha č. 1 Členění cukrovinek na druhy, skupiny a podskupiny

Příloha č. 4 k vyhlášce č. 76/2003 Sb.

Členění na druhy, skupiny a podskupiny

Druh	Skupina	Podskupina
cukrovinky	karamely	tukové s jádrovinami, s ovocnou příchutí, mléčné, kakaové nebo kávové, podle druhu vložky (cukrová, želé, jádroviny, sušené ovoce nebo proslazené, marcipán a další)
	dražé	
	želé	
	rahat	
	chalva	
	turecký med	
	lékořicové cukrovinky	
	pěnové cukrovinky (marshmallow)	
	komprimáty	
	žvýkačky	balónkové (bubble gum) plátkové dražované
	dropsy	
	roksy	
	furé	s tukovou náplní s cukernou (sirupovou) náplní
	marcipán	
fondánové cukrovinky		

Příloha č. 2 Členění čokolád na druhy a skupiny

Příloha č. 8 k vyhlášce č. 76/2003 Sb.

Členění na druhy a skupiny

Druh	Skupina
čokoláda (hořká čokoláda) mléčná čokoláda family mléčná čokoláda bílá čokoláda	bez přísad s přísadami na vaření plněná
Chocolate a la taza Chocolate familiar a la taza	
čokoládové bonbóny formované	formované v různých tvarech, s různými náplněmi (tukovými, krémovými, likérovými atd.), nebo bez náplně
čokoládové bonbóny máčené nebo polomáčené	různé druhy vložek (želé, fondán, vylehčené hmoty pěnou a další), máčené čokoládou, mléčnou čokoládou, family mléčnou čokoládou, nebo bílou čokoládou, s výjimkou Chocolate a la taza a Chocolate familiar a la taza
čokoládové dražé	podle druhu vložek

Příloha č. 3 Fyzikální a chemické požadavky na jakost čokolády

Příloha č. 9 k vyhlášce č. 76/2003 Sb.

Tabulka 1 - Fyzikální a chemické požadavky na jakost
(% hmot. vztažených na sušinu)

Druh	Obsah kakaového másla	Obsah tukuprosté kakaové sušiny	Obsah celkové kakaové sušiny	Obsah mléčného tuku	Obsah celkového tuku *)	Obsah mléčné sušiny	Obsah mouky nebo škrobu
čokoláda (hořká čokoláda)	18	14	35	-	-	-	-
mléčná čokoláda	-	2,5	25	3,5	25	14	-
family mléčná čokoláda	-	2,5	20	5	25	20	-
bílá čokoláda	20	-	-	3,5	-	14	-
Chocolate a la taza	18	14	35	-	-	-	nejvýše 8
Chocolate familiar a la taza	18	12	30	-	-	-	nejvýše 18

*) obsah celkového tuku = součet obsahu kakaového másla a mléčného tuku

Poznámka: uvedené hodnoty znamenají nejnižší limitující požadavek, s výjimkou hodnot označených jako nejvyšší limitující požadavek

Příloha č. 4 Rostlinné tuky povolené přidávat do čokoládových výrobků

Příloha č. 10 k vyhlášce č. 76/2003 Sb.

Rostlinné tuky povolené do čokoládových výrobků

Obvyklý název rostlinného tuku	Botanický název rostlin, ze kterých mohou být uvedené tuky získány
1. Illipe, bornejský tuk, Tengawang	<i>Shorea</i> spp.
2. Palmový olej	<i>Elaeis guineensis</i> <i>Elaeis olifera</i>
3. Sal	<i>Shorea robusta</i>
4. Shea (bambucký tuk, olej z máslovníku)	<i>Butyrospermum parkii</i>
5. Kokum gurgi	<i>Garcinia indica</i>
6. Olej z jader manga	<i>Mangifera indica</i>

Poznámka: uvedené tuky musí splňovat tyto požadavky:

- a) neobsahují kyselinu laurovou, jsou bohaté na symetrické monoenové triglyceridy typu POP, POST a StOst¹;
- b) jsou mísitelné v jakémkoli poměru s kakaovým máslem a jsou slučitelné s jeho fyzikálními vlastnostmi (bod tání a teplota krystalizace, rychlost tání, nezbytnost temperování);
- c) jsou získány pouze rafinací nebo frakcionací, to vylučuje enzymatickou změnu triglyceridové struktury.

Dotazník pro spotřebitele

Jmenuji se Adéla Abrmanová a jsem studentkou Zdravotně sociální fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, obor Ochrana veřejného zdraví. Tento výzkum se týká náhražek potravin a informovanosti o nich. Tento dotazník je součástí mé bakalářské práce.

Dotazník je anonymní!!!

Předem děkuji za ochotu a vyplnění dotazníku

1. Jaké je vaše pohlaví?

- a) Muž
- b) Žena

2. Do jakého věkového rozmezí patříte?

- a) Méně než 20 let
- b) 20 – 30 let
- c) 31 – 40 let
- d) 41 – 50 let
- e) 51 – 60 let
- f) 61 a více let

3. Jaké máte vzdělání?

- a) Základní vzdělání
- b) Středoškolské vzdělání ukončené výučním listem
- c) Středoškolské vzdělání s maturitou
- d) Vyšší odborné vzdělání
- e) Vysokoškolské vzdělání

4. Nakupujete potraviny v supermarketu?

- a) Ano
- b) Ne

5. Který z obchodních řetězců preferujete? Prosím napište název obchodního řetězce, který nejčastěji využíváte k nákupu potravin?.....

6. Podle čeho potraviny nakupujete?

- a) Podle ceny výrobku
- b) Podle kvality výrobku
- c) Inspiruje mě reklama

7. Čtete informace na obalech týkající se složení výrobku?

- a) Ano
- b) Ne

8. Jaké sýry kupujete nejčastěji? Uveďte, prosím maximálně 3 druhy.

.....

9. Dáváte přednost baleným sýrům v regálech nebo preferujete pultový prodej?

- a) Balené sýry
- b) Pultový prodej

10. Koupil(a) jste někdy ať vědomě či nevědomě náhražku sýra?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

11. Víte, jak rozeznat pravý sýr od náhražky?

- a) Ano
- b) Ne

12. Stalo se Vám někdy, že jste si v restauraci objednali smažený sýr a byl jiný než obvykle, měl například jinou konzistenci atd.?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nejím smažený sýr

13. Jak často kupujete čokoládu?

- a) Denně
- b) Týdně
- c) Měsíčně
- d) Ročně
- e) Vůbec ji nekupuji

14. Jaký druh čokolády kupujete nejčastěji?

- a) Hořkou
- b) Mléčnou
- c) Bílou
- d) Bio čokoládu
- e) Jinou. Uveďte, prosím.....

15. Jakou značku čokolády preferujete?

- a) Lindt
- b) Nestlé
- c) Orion
- d) Figaro
- e) Nепreferuji žádnou z výše uvedených značek

16. Víte, že čokoláda může být falšovaná?

- a) Ano
- b) Ne

17. Víte, čím se liší složení pravé čokolády a její náhražky?

- a) Ano
- b) Ne

18. Všiml(a) jste si někdy v obchodech, že by byly náhražky potravin zřetelně odděleny od potravin ostatních?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Takových věcí si nevšímám

19. Chtěl(a) byste aby tyto náhražky byly prodávány odděleně od pravých potravin?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Je mi to jedno

20. Myslíte si, že téma náhražek je v médiích dosti diskutované?

- a) Ano
- b) Ne

Otázky pro obchodní řetězce

Dobrý den.

Jsem studentka Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, obor Ochrana veřejného zdraví. Dovoluji si Vás touto cestou požádat o poskytnutí některých informací (dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím), které bych ráda uvedla ve své bakalářské práci na téma náhražek potravin, zejména sýrů a čokolád. Informace, které mi sdělíte budou důvěrné a budou zveřejněny pouze v mé bakalářské práci.

1. Prodáváte ve Vašich prodejnách i analogy potravin? Zejména náhražky sýrů a čokolád?
2. Jaká opatření provádíte, abyste zajistili prodej těchto výrobků v souladu s právními předpisy?
3. Míváte ve Vašich prodejnách kontroly zaměřené na správný prodej náhražek potravin?
4. Objevují se stížnosti zákazníků na nevhodný prodej těchto výrobků – klamání spotřebitele?

Otázky pro provozovatele stravovacích služeb

Dobrý den.

Jsem studentka Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, obor Ochrana veřejného zdraví. Dovoluji si Vás touto cestou požádat o poskytnutí některých informací (dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím), které bych ráda uvedla ve své bakalářské práci na téma náhražek potravin, zejména sýrů a čokolád. Informace, které mi sdělíte budou důvěrné a budou zveřejněny pouze v mé bakalářské práci.

Tyto otázky jsou určeny pro stravovací zařízení a mají zjišťovat, zda jsou v restauračních zařízeních nabízeny náhražky sýrů a jakou formou.

Tento dotazník je anonymní.

1. Jaké sýry používáte při přípravě pokrmů?
2. Kde sýry nakupujete?
3. Koupil(a) jste někdy vědomě nebo nevědomě náhražku sýra?
4. Jestliže jste náhražku sýra použili k přípravě pokrmu, informovali jste o tom spotřebitele (zákazníka) prostřednictvím jídelního lístku?