



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Ochrana spotřebitele v oblasti potravin

Vypracovala: Edita Věženská
Vedoucí práce: Ing. Lucie Tichá, Ph.D.

České Budějovice 2020

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta
Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Edita VĚŽENSKÁ
Osobní číslo: E16359
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání
Téma práce: Ochrana spotřebitele v oblasti potravin
Zadávající katedra: Katedra obchodu a cestovního ruchu

Zásady pro vypracování

Cíl práce:

Cílem bakalářské práce je analýza ochrany spotřebitele v oblasti potravin a zjištění úrovně znalosti potravinového práva.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Provedení dotazníkového šetření u konečných spotřebitelů
3. Zhodnocení výzkumu
4. Závěr a interpretace výsledků

Rámcová osnova:

1. Úvod 2. Literární rešerše 3. Cíle a metodika 4. Vlastní práce 5. Závěr 6. Seznam literatury 7. Přílohy 8. Resumé.

Rozsah pracovní zprávy: 40-50 stran
Rozsah grafických prací: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam doporučené literatury:

Hulva, T. (2005). *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI.
NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (EU) č. 1169/2011. o poskytování informací o potravinách spotřebitelům.
Veber, J. (2007). *Rízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada.
Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
Zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci
Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů.
UNCTAD (2018). *Manual on Consumer Protection*. Geneva

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Lucie Tichá, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu


Datum zadání bakalářské práce: 4. listopadu 2019
Termin odevzdání bakalářské práce: 14. dubna 2020

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Akademický rok 2019/2020
ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(projekt, výběrové téma, tematického výkonu)


Číslo zadání: 123456789
Název práce: ...
Téma práce: ...
Vedoucí katedry: ...
Datum zadání: ...

Záady pro vypracování

- 1. Práce musí být vypracována v rozsahu ...
- 2. Práce musí být vypracována v rozsahu ...
- 3. Práce musí být vypracována v rozsahu ...
- 4. Práce musí být vypracována v rozsahu ...
- 5. Práce musí být vypracována v rozsahu ...


doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Roman Švec, Ph.D.
vedoucí katedry

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma ochrana spotřebitele v oblasti potravin jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů

V Českých Budějovicích dne 24. 4. 2020

.....

Edita Věženská

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala své vedoucí bakalářské práce Ing. Lucii Tiché, Ph.D. za její cenné rady, dobrou spolupráci a odborné vedení práce. Dále chci poděkovat i rodině a přátelům za jejich důvěru, podporu a trpělivost.

Tímto bych chtěla poděkovat i respondentům, kteří si našli čas a napomohli mi tím tak k dokončení bakalářské práce.

Obsah

1. Úvod	8
2. Literární rešerše	9
2.1. Ochrana spotřebitele.....	9
2.1.1. Pojem spotřebitel a jeho práva	9
2.1.2. Pojem ochrana spotřebitele.....	10
2.1.3. Nekalé obchodní praktiky.....	11
2.1.4. Ochrana spotřebitele v EU.....	12
2.2. Potravinové právo v ČR.....	14
2.2.1. Definice základních pojmů v oblasti potravinového práva	14
2.2.2. Legislativní předpisy v oblasti potravinového práva.....	18
2.3. Dozorové orgány ČR v oblasti potravin a jejich kompetence.....	20
2.3.1. Státní zemědělská a potravinářská inspekce.....	20
2.3.2. Státní veterinární správa ČR.....	21
2.3.3. Orgány ochrany veřejného zdraví	21
2.3.4. Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský	22
2.3.5. Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv	22
2.4. Informační zdroje pro spotřebitele	24
2.4.1. Evropské spotřebitelské centrum.....	24
2.4.2. Časopis dTest.....	24
2.4.3. Férpotravina.....	25
2.4.4. Systém rychlého varování pro potraviny a krmiva (RASFF).....	25
2.4.5. Potravina na pranýři	26
2.4. Marketingový výzkum	27
2.4.1. Proces marketingového výzkumu.....	27
2.4.2. Dotazování.....	29

3. Cíle, výzkumná otázka a metodika práce.....	31
3.1. Cíl práce	31
3.2. Výzkumná otázka.....	31
3.3. Metodika práce.....	31
4. Vlastní práce	33
4.1. Plán a průběh výzkumu.....	33
4.2. Dotazníkové šetření.....	34
4.2.1. Výběrový soubor	34
4.2.2. Vyhodnocení dotazníkového šetření	37
4.2.3. Shrnutí výsledků.....	50
4.3. Zhodnocení výzkumné otázky	54
5. Závěr.....	56
I. Summary and keywords.....	57
II. Seznam použitých zdrojů.....	58
III. Seznam obrázků, grafů a tabulek	63
IV. Seznam příloh.....	64

1. Úvod

Česká republika obchoduje na mezinárodním trhu, který se stále rozvíjí. Důležitou součástí tohoto trhu jsou spotřebitelé, kteří nakupují a spotřebovávají tyto výrobky a služby. Proto je povinností, aby je stát před možnými hrozbami vycházejícími z trhu chránil. Je důležité, aby se legislativa dané země rozvíjela tak, aby kvalitně a dostatečně zabezpečila ochranu spotřebitele před možným nebezpečím. Ochrana spotřebitele v této bakalářské práci je především zaměřena na oblast potravin.

Cílem práce je především analýza ochrany spotřebitele v oblasti potravin a zjištění úrovně znalosti potravinového práva u českých spotřebitelů. Jelikož potravinové právo zahrnuje širokou oblast právních a správních předpisů týkajících se potravin, bude použito pro zjištění úrovně znalosti jen témata blízká spotřebitelům, která budou uvedena v teoretické části.

Práce bude rozdělena na dvě části. V první teoretické části si pro správné pochopení problematiky čtenář přiblíží základní pojmy související s ochranou spotřebitele a potravinového práva. Dozví se, jaké mají spotřebitelé práva, jaké jsou základní legislativní předpisy v oblasti potravin, a které zákony a dozorové orgány toto zajišťují. Dále teoretická část zahrnuje informační zdroje určené spotřebitelům, které slouží především k lepší orientaci v oblasti ochrany spotřebitele.

Druhou část, část praktickou tvoří marketingový výzkum, který bude proveden pomocí dotazníkového šetření. Dotazovanými budou spotřebitelé, kteří budou tvořit vzorek o velikosti sto padesáti respondentů. Dotazníkové šetření má odpovědět na stanovenou výzkumnou otázku, která bude řešit především znalost a přehled spotřebitelů v oblasti potravinového práva. Po vyhodnocení dat získaných z výzkumu, bude na závěr uvedeno v praktické části shrnutí výsledků.

Možný přínos práce by mohli ocenit především samotní spotřebitelé, kteří by po jejím přečtení mohli získat větší přehled v probírané problematice.

2. Literární rešerše

2.1. Ochrana spotřebitele

V České republice je ochrana spotřebitele především zajišťována státem, který vytváří koncepci ochrany spotřebitele na území České republiky a vytváří zákony na podporu této ochrany. Na druhou stranu se vytvářejí dobrovolná sdružení, která chtějí zlepšit informovanost spotřebitele a prosazovat spotřebitelské zájmy. Cílem jejich činnosti je též ochrana spotřebitele.

Z pohledu právní úpravy ochrany spotřebitele v České republice, zajišťuje ochranu spotřebitele především zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, který v současnosti zpracovává příslušné předpisy Evropské unie. Dále je to pak zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník (Veber, 2007).

2.1.1. Pojem spotřebitel a jeho práva

Jak už bylo řečeno, spotřebitel je ten, co nakupuje a také spotřebovává, tím se významně liší od zákazníka.

Podle občanského zákoníku je „spotřebitelem každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná“ (Občanský zákoník 2012, 2018, § 419).

Podobně definoval spotřebitele i zákon o ochraně spotřebitele, a to tak že: „spotřebitelem je fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2018, § 2).

Pro stát je důležité, aby spotřebitelé byli vychováni k odpovědnému rozhodování na trhu, a k tomu je potřeba jejich dobrá informovanost. Na druhou stranu se stát snaží prosazovat jejich zájmy při vytváření vyhlášek, zákonů apod.

Spotřebitel by měl mít v současném tržním hospodářství zabezpečena práva a to na:

- bezpečnost – zboží by nemělo ohrožovat zdraví nebo život; například kvůli kontaminované potravíně,
- volný výběr zboží – spotřebitel by měl mít volný výběr zboží za přijatelné ceny,

- informace – poskytované informace například ty na obalech by měly být pravdivé, aby neohrožovaly a vedly spotřebitele k racionálnímu rozhodování,
- vzdělání – vytváření správného prostředí pro výchovu spotřebitele tak, aby se stal racionálně rozhodujícím se subjektem trhu,
- zastupování – tím je myšlena právní podpora od občanských sdružení,
- základní potřeby – v dnešní době má spotřebitel právo na uspokojení základních potřeb,
- zdravé životní prostředí – kvalita služeb a výrobků by měla být zabezpečena tak, aby neohrožovala životní prostředí, a to jak během užívání, tak při likvidaci.

Na druhou stranu se očekává od spotřebitele, že se bude chovat aktivně, a to například tak, že se o poskytované informace bude zajímat a díky nim se i racionálně rozhodovat (Veber et al., 2002).

2.1.2. Pojem ochrana spotřebitele

Ochrana spotřebitele slouží primárně k posílení postavení spotřebitelů vůči prodejci a výrobcům. Jelikož při nákupu služeb nebo zboží nemá spotřebitel vždy úplnou jistotu, že s ním bude obchodník jednat poctivě, k tomu byla a je potřeba vytvářet dostatečnou právní ochranu. Netvoří ovšem samostatné právní odvětví ani není jednotným systémem. Je spíše začleňována do různých oblastí právních řádů (Veber et al., 2002).

Ochranou spotřebitele se v České republice zabývá především Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, které je ústředním orgánem ochrany zájmů spotřebitelů, a to v kontextu evropské spotřebitelské politiky. Samozřejmě není ústředním orgánem správy pouze pro tuto oblast, ale také pro průmyslovou politiku, podporu podnikání, metrologii, technickou normalizaci apod. (Ministerstvo průmyslu a obchodu [MPO], 2016b).

Jak už bylo řečeno, vychází ochrana spotřebitele ze zákona o ochraně spotřebitele a občanského zákoníku.

Zákon o ochraně spotřebitele z roku 1992 tvoří základ pro ochranu spotřebitele v České republice. Během jeho tvorby a později jeho novelizace, do ní zasáhla legislativa Evropské unie. Tato legislativa je obsažena ve směrnicích, na nichž se

usnáší Rada EU a Evropský parlament. Členské státy Evropské unie mají následně za povinnost začlenit tato pravidla Společenství do svých právních řádů (Hes, Šálková, Regnerová & Toth, 2013).

Tento zákon, zákon o ochraně spotřebitele dává těm, co prodávají výrobky a poskytují služby určité povinnosti ohledně poctivosti a to:

- „prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře nebo množství a umožnit spotřebiteli překontrolovat si správnost těchto údajů,
- „prodávat výrobky a poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, pokud je závazně stanovena nebo pokud to vyplývá ze zvláštních předpisů anebo v jakosti jím uváděné; není-li jakost předepsána, schválena nebo uváděna, v jakosti obvyklé“
- „prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a ceny při prodeji výrobků nebo poskytování služeb správně účtovat; při konečném účtování prodávaných výrobků a poskytovaných služeb v hotovosti se celková částka zaokrouhluje vždy k nejbližší platné nominální hodnotě zákonných peněz v oběhu“
- „při prodeji výrobků používat měřidla, která splňují požadavky stanovené zvláštním právním předpisem upravujícím oblast metrologie“
- „prodávající také nesmí po spotřebiteli v souvislosti s použitým způsobem placení požadovat poplatek převyšující přímé náklady, které prodávajícímu v souvislosti s tímto způsobem placení vznikají“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2018, § 3).

Dále v souvislosti s potravinami je zakázáno dovážet, vyvážet, prodávat, vyrábět a nabízet takové výrobky, které by bylo možné splést s potravinami (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2018, § 7a).

2.1.3 Nekalé obchodní praktiky

V souvislosti s ochranou spotřebitele v oblasti potravin se chystá v Evropské unii novelizace směrnice o nekalých obchodních praktikách, a to kvůli prokázané dvojí kvalitě potravin v Evropské unii. Pro správné pochopení je nutné zmínit i tento pojem, který je také definován v zákoně o ochraně spotřebitele (MAFRA, 2018).

Do nekalých obchodních praktik se zahrnuje klamavé konání, opomenutí a také agresivní obchodní praktika.

Obchodní praktika se považuje za nekalou: „*je-li v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, kterému je určena, nebo který je jejímu působení vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě. Je-li obchodní praktika zaměřena na určitou skupinu spotřebitelů, posuzuje se podle průměrného člena této skupiny*“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2018, § 4).

Dále se jedná o obchodní praktiku: „ *která může podstatně narušit ekonomické chování určité jednoznačně vymezitelné skupiny spotřebitelů, kteří jsou z důvodu duševní nebo fyzické slabosti, věku nebo důvěřivosti zvláště zranitelní takovou praktikou nebo výrobkem nebo službou, a to způsobem, který prodávající může rozumně očekávat, se hodnotí z hlediska průměrného člena této skupiny; tím nejsou dotčeny běžné a oprávněné reklamní praktiky zveličených prohlášení nebo prohlášení, která nejsou míněna doslovně*“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2018, § 4).

2.1.4 Ochrana spotřebitele v EU

Cílem Evropské unie je, aby docházelo ke sblížení právních předpisů členských zemí v oblasti ochrany spotřebitele. Evropská unie požaduje, aby spotřebitelé byli uznáváni jako rovnoprávní a odpovědní účastníci obchodu na tomto vnitřním trhu. Příčinou toho by se měla podporovat kvalita hospodářské soutěže, jelikož spotřebitelovi by mělo být umožněno najít nejvýhodnější obchody v celé Evropě.

V Evropské unii existuje deset základních pravidel, které zveřejnila Evropská komise. Slouží k seznámení občany členských zemí s jejich spotřebitelskými právy.

Těmito pravidly jsou:

1. „*Nakupujte, co chcete, kde chcete*“

Najdeme zde ovšem i výjimky. Může se jednat například o dovoz střelných zbraní.

2. „*Pokud je zboží vadné, vraťte ho*“

Nakupující v Evropské unii má právo v případě, že nejsou splněny podmínky smlouvy, vrátit výrobek a následně vyžadovat jeho výměnu či opravu, případně i vrácení peněz. To lze vyžadovat až dva roky od převzetí zboží.

3. „Vysoké standardy v oblasti bezpečnosti potravin“

Evropská unie upravuje a zajišťuje bezpečnost potravinového řetězce. Tyto zákony stanovují např.: jakým postupem zpracovávat potraviny, jaká barviva a přísady používat, jaké chemikálie jsou dovoleny zemědělcům při pěstování používat apod. Těmito zákony jsou regulovány i ty potraviny, které jsou dováženy z ostatních států světa. Hlavním cílem tedy je, aby veškeré potraviny, se kterými se může spotřebitel setkat na tomto trhu, byly bezpečné.

4. „Informujte se o tom, co jíte“

Díky zákonům musí výrobci a prodávající uvádět na obaly veškeré informace o složkách, které potravina obsahuje a spotřebitel má tu možnost si zkontrolovat co konzumuje. Může se například dočíst o tom, jaká barviva, konzervační prostředky, sladidla a další chemické přísady byly při výrobě použity. Stejně tak, zda se jedná o nějaký alergen, který by ho mohl ohrozit (Hes et al., 2013).

5. „Smlouvy musí být vůči zákazníkům férové“

Nečestné smluvní podmínky jsou podle těchto zákonů zakázány a nezáleží na tom, v jaké zemi Evropské unie byla taková smlouva uzavřena.

6. „Spotřebitelé mohou někdy měnit svá rozhodnutí“

Toto pravidlo se vztahuje například na podomní prodej. V tomto případě spotřebitel může kupní smlouvu do týdne zrušit. Ovšem existují zde výjimky.

7. „Možnost jednoduššího porovnání cen“

Je vyžadováno, aby obchody uváděly tzv. „jednotkovou cenu“, tím je myšleno např. za 500 g či za jeden litr a ne za 375 g či 240 ml. Spotřebitel se pak následně může lépe rozhodovat o tom, co je pro něj cenově výhodnější.

8. „Spotřebitelé nemají dostávat zavádějící informace“

Informace, která obelhává či mylně informuje zákazníka, je zakázána. Většinou se jedná o nějaký způsob marketingu, který bývá v rozporu s těmito zákony.

9. „Ochrana spotřebitele během dovolené“

Zde může spotřebitel uplatnit právo zrušit zájezd v případě, kdy je bez jeho souhlasu zvýšena jeho cena nebo změněno místo pobytu.

10. „Účinné urovnávání přeshraničních sporů“

K urovnávání přeshraničních sporů napomáhají evropská spotřebitelská centra (MPO, 2016a).

2.2. Potravinové právo v ČR

Každý občan by měl mít zájem o to, co vlastně konzumuje. Dokonce se to od něj nepřímo vyžaduje. V dnešní době je informovanost dostatečná k tomu, aby zákazník věděl, co kupuje. Ovšem ne vždy má jistotu, že to, co je napsáno na obalu, stoprocentně najde i v něm.

Potravinové právo v České republice bylo vytvořeno k tomu, aby zajistilo ochranu spotřebitele primárně před konzumováním závadných potravin. V souvislosti s ochranou spotřebitele v oblasti potravin se jedná o důležité právo. Není však samostatným právním odvětvím, ale řadí se pod různá jiná práva (EPRAVO.CZ, 2018).

Potravinové právo v České republice je podmíněno potravinovým právem Evropské unie, na kterém se podílejí všechny členské státy, a to prostřednictvím zájmů spotřebitelů. Na druhou stranu je tu protichůdný zájem provozovatelů potravinářských podniků. Potravinové právo je tedy takovým výsledkem těchto protichůdných zájmů (Právní prostor, 2018).

2.2.1. Definice základních pojmů v oblasti potravinového práva

Pro správné pochopení problematiky je třeba definovat některé pojmy z oblasti potravinového práva.

Potravinové právo

Tento pojem je definován v úředním věstníku Evropské unie a představuje: „*právní a správní předpisy použitelné ve Společenství nebo na vnitrostátní úrovni pro potraviny obecně, a zejména pro bezpečnost potravin; vztahuje se na všechny fáze výroby, zpracování a distribuce potravin a rovněž krmiv, která jsou vyrobena pro zvířata určená k produkci potravin nebo kterými se tato zvířata krmí*“ (Regulation (EC) of the European Parliament and of the Council No 178/2002, 2002, 2020, article 3).

Potravina

Podle nařízení (ES) č. 178/2002 se za potravinu považuje: „*jakákoliv látka nebo výrobek, které jsou určeny ke konzumaci člověkem nebo u nichž lze důvodně předpokládat, že je člověk bude konzumovat*“ (Právní prostor, 2018).

Potraviny jsou nezbytnou součástí lidského života. Člověk je konzumuje především proto, aby získal potřebné živiny. Jsou zdrojem minerálních látek, vitamínů, bílkovin, tuků a dalších potřebných složek, které tělo potřebuje. To, co člověk konzumuje, má vliv na jeho denní fyzický či duševní výkon, a proto je nutné potravinám, které konzumujeme věnovat pozornost (Tremlová & Javůrková, 2014).

Biopotravina

Za biopotravinu se považuje potravina, která byla vyprodukovaná podle platné legislativy pro ekologickou produkci. Musí být vyráběná z nejkvalitnějších surovin. Na druhou stranu nesmí obsahovat nepřirodní konzervanty, barviva či dochucovadla, rezidua agrochemických látek či geneticky modifikované suroviny apod. Je také zakázáno použití při ošetřování ionizující záření (Ministerstvo zemědělství ČR [MZe], 2019b).

Označování potravin

Rozumí se jakýkoliv text, ochranné známky či grafické symboly apod., které se na obale potraviny objevují. Jsou to veškeré údaje podléhající legislativním pravidlům. Při označování jsou rozlišovány povinné a nepovinné údaje, které upravují předpisy Evropské unie. Do povinných údajů se například zahrnuje název potraviny, seznam složek a jejich množství, datum minimální trvanlivosti, podmínky pro skladování, čisté množství apod. Označování potravin musí být pravdivé a nesmí klamat spotřebitele (Babička, 2012).

Potravinářský podnik

Obecně byl podnik dříve definován v obchodním zákoníku, jehož platnost skončila v roce 2014, a to v době, kdy vyšel nový občanský zákoník. Podnik zde byl popsán jako: „*soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit*“

Dále jako: „*věc hromadná. Na jeho právní poměry se použijí ustanovení o věcech v právním smyslu. Tím není dotčena působnost zvláštních právních předpisů vztahujících se k nemovitým věcem, předmětům průmyslového a jiného duševního vlastnictví, motorovým vozidlům apod., pokud jsou součástí podniku*“ (Obchodní zákoník 1991, 2018, § 5).

S vytvořením nového občanského zákoníku se pro tento pojem z právního hlediska používá název obchodní závod a je definován jako: „*organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu*“ (Občanský zákoník 2012, 2018, § 502).

Jelikož se nejedná čistě o podnik či obchodní závod, ale o potravinářský podnik, je zřejmé, že se zde pracuje s potravinami.

V potravinářském podniku dochází ke skladování či držení potravin, jejich přepravě, zasílání a obecně k uvádění na trh, a to primárně za účelem uspokojit spotřebitele.

Za potravinářský podnik však nelze považovat podnik, který s potravinami nevědomě nakládá. Například v případě, kdy podnik vykonává zásilkové služby a nespécializuje se na potraviny. Pouze přebere zásilku a doručí ji adresátovi (Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 2016).

Kvalita a jakost potravin

Každý zákazník vyžaduje a očekává kvalitu výrobku, který si kupuje. Proto je na ní třeba myslet už od začátku výroby. Pro kvalitu není ustálená definice, má mnoho podob.

Zde jsou uvedeny některé definice:

- „*Kvalita je vhodnost pro použití. (Joseph M. Juran)*“
- „*Kvalita je shoda s požadavky. (Phil Crosby)*“
- „*Kvalita je schopnost produktu uspokojit zákaznickou potřebu. (Norma ISO 8402 z roku 1986)*“

Ze strany výrobců a prodávajících je kvalita chápána jako to, co požaduje zákazník.

Rozlišuje se pět základních skupin, které tvoří celkovou kvalitu výrobku:

1. technické
2. provozní
3. estetické
4. ekonomické
5. ekologické (Doležalová, 2012).

Některé literatury považují kvalitu a jakost za synonymum, některé literatury pojmy za shodné nepovažují, ovšem z jazykového hlediska se o synonymum jedná. Podle zákona o potravinách a tabákových výrobcích je jakost chápána jako:

„soubor charakteristických vlastností jednotlivých druhů, skupin a podskupin potravin a tabákových výrobků, jejichž limity jsou stanoveny tímto zákonem, prováděcím právním předpisem anebo přímo použitelným předpisem Evropské unie“ (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2018 § 2e).

A přeci zde existuje rozdíl mezi jakostí a kvalitou. U jakosti se na rozdíl od kvality rozlišují třídy, ve kterých jsou výrobky podobné kvality. Například výrobek I. jakosti. Pojem jakostní není možné použít u jakéhokoliv zboží. Auto lze koupit nižší kvality, ale rozhodně ne druhé jakosti. Z tohoto důvodu by mohlo platit, že kvalita nerovná se jakost (Tremlová & Javůrková, 2014).

Bezpečná potravina

Potravinu za bezpečnou lze obecně považovat takovou potravinu, která je vhodná ke spotřebě a nijak neškodí lidskému zdraví (Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002, 2002, 2018, čl. 14).

Pokud uplyne datum použitelnosti, a to v souladu s čl. 14 odstavec 2 až 5 nařízení (ES) č. 178/2002 bezpečná potravina se už za bezpečnou nepovažuje (Nařízení Evropského parlamentu a rady. (EU) o poskytování informací o potravinách spotřebitelům 2011, 2018, čl. 24).

Bezpečná potravina vychází z anglického termínu „food safety“, který je uveden v Bílé knize EU. Dnes tento termín nahrazuje termín „zdravotní nezávadnost potravin“ (Tremlová & Javůrková, 2014).

To, že je potravina zdravotně nezávadná ovšem neznamená, že je pro všechny konzumenty bezpečná. Například čokoláda s oříšky nemusí být pro všechny spotřebitele bezpečná, jelikož obsahuje alergeny a může tím ohrožovat život konzumenta.

z příkladu vyplývá jeden z důvodů, proč jsou informace o složení potravin na obalech důležité (Babička, 2012).

Nejzákladnějším předpokladem bezpečné potravin je zdravotní a hygienická nezávadnost. Kladen je ale důraz i na nevyhovující obal či bezpečnost před možným zraněním. Potravinu bezpečnou musí zajišťovat a udržovat všichni účastníci, kteří s potravinou pracují, a to od zemědělské produkce přes zpracovatele, dovozce, distributory, státní orgány až po spotřebitele. Samozřejmě stát vytváří pravidla v podobě předpisů pro všechny tyto účastníky, kteří se účastní potravinového řetězce, a následně kontroluje jejich dodržování. Tím stát přispívá k ochraně spotřebitele (Tremlová & Javůrková, 2014).

Potravina neznámého původu

V zákoně o potravinách a tabákových výrobcích je taková potravina definována jako: „*potravina, u které nelze identifikovat provozovatele potravinářského podniku, který potravinu nebo její složku vyrobil nebo dodal jinému provozovateli potravinářského podniku*“ (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2018, § 2n).

2.2.2. Legislativní předpisy v oblasti potravinového práva

Česká potravinová legislativa úzce souvisí s legislativou Evropské unie. Legislativa v této oblasti se v České republice považuje za velice kvalitní a na vysoké úrovni. Je důležité a také tak činí, aby se neustále vyvíjela a reagovala na technický vývoj a poznatky vycházející z výzkumů. K tomu, zda jsou tyto předpisy dodržovány, má stát vytvořený kontrolní mechanismus zahrnující dozorové orgány, které budou uvedeny a jejich činnosti popsány níže. Pokud předpisy nejsou dodržovány, orgány státního dozoru mají pravomoc ukládat sankce za tyto nedostatky (EPRAVO.CZ, 2018).

Základ potravinového práva v České republice tvoří zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. K tomu je navíc v současné době vydáno několik prováděcích vyhlášek (Tremlová & Javůrková, 2014).

Z potravinové části se tento zákon zabývá provozovateli potravinářských podniků, a to jejich povinnostmi ohledně provozování a informování. Dále se zaměřuje na ozařování a označování potravin, způsob jejich skladování a manipulaci, uvádění

potravin do oběhu apod. (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2018).

Dalším souvisejícím důležitým zákonem je zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči, který obsahuje zásady veterinární péče v České republice. K tomuto zákonu je také vydáno několik vyhlášek a Nařízení vlády č. 125/2011 Sb., o stanovení informačních povinností příjemcům živočišných produktů v místě určení (Tremlová & Javůrková, 2014).

Z hlediska potravin veterinární zákon dohlíží na ochranu spotřebitele před závadnými živočišnými produkty a krmivy. Dále chrání před šířením a zavlečením nákaz na území České republiky zvířat a nemocí, které jsou přenosné na člověka apod. (Zákon o veterinární péči 1999, 2018, § 2).

Legislativních předpisů souvisejících s potravinami je několik. Dále například zákon o krmivech, plemenářský zákon apod.

Mezi předpisy, které souvisí s potravinami nepřímo, lze zařadit: zákon o obalech, zákon o odpadech, zákon o ochraně ovzduší a samozřejmě spoustu dalších.

2.3. Dozorové orgány ČR v oblasti potravin a jejich kompetence

Podle evropského nařízení by členské státy: „*měly provádět úřední kontroly pro zajištění dodržování tohoto nařízení v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004 ze dne 29. dubna 2004 o úředních kontrolách za účelem ověření dodržování právních předpisů týkajících se krmiv a potravin a pravidel o zdraví zvířat a dobrých životních podmínkách zvířat*“ (Nařízení Evropského parlamentu a rady (ES) o úředních kontrolách 2004, 2018, čl. 6).

V České republice se provádějí tyto úřední kontroly, které mají na starost dozorové orgány. Provádějí se v celém potravinovém řetězci a jsou nezbytné pro ověření dodržování pravidel účastníků řetězce.

Úřední kontroly jsou důležité primárně proto, aby se předcházelo rizikům, která mohou ohrozit člověka a zvířata (MZe, 2018a).

2.3.1. Státní zemědělská a potravinářská inspekce

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (dále jen „SZPI“) se zabývá kontrolou zemědělských výrobků, potravin i tabákových výrobků. Od roku 2015 má na starost také reklamy a pokrmy v zařízeních společného stravování. Kontrola se vztahuje na činnosti, kterými jsou: prodej, výroba, přeprava, uchovávání a dovoz (Státní zemědělská a potravinářská inspekce [SZPI], 2018).

Cílem inspekce je: „*ochrana ekonomických zájmů občanů i státu - ochrana spotřebitele před nebezpečnými potravinami, před potravinami, které jsou klamavě označené, dále s prošlým datem použitelnosti nebo neznámého původu*“ (MZe, 2019a).

Kontrola vychází především ze zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, zákona č. 146/2002 Sb., o SZPI či zákona č. 255/2012 Sb., o kontrole (kontrolní řád) (SZPI, 2018).

Jedná se o správní úřad, který je podřízen Ministerstvu zemědělství České republiky. Do činností SZPI spadají kontroly fyzických a právnických osob uvádějící na trh tabákové výrobky a zemědělské výrobky, potraviny či suroviny k jejich výrobě.

Kontroly inspekce provádí pomocí auditů, které sledují dodržování hygienických podmínek, systém analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů HACCP, uvádění potravin na trh a mnoha jiné.

Státní zemědělská a potravinářská inspekce má v kompetenci za přestupky uložit pokuty, a to do výše uvedené zákonem č. 110/1997 Sb. zákon o potravinách a tabákových výrobcích (SZPI, 2020).

2.3.2. Státní veterinární správa ČR

V souvislosti s potravinami se státní veterinární správa zabývá zejména dozorem nad výrobou, přepravou, skladováním, vývozem a dovozem potravin a surovin na území České republiky, které jsou živočišného původu.

Dozor vykonává ale i na místech, kde dochází k prodeji potravin živočišného původu či zvěřiny a k úpravám živočišných surovin (MZe, 2018a).

Veškerá činnost správy vychází zejména ze zákona č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně souvisejících zákonů (veterinární zákon) (Státní veterinární správa [SVS], 2018).

Státní veterinární správa má v kompetenci provádět audity a kontroly dodávek, restaurací, potravinářských podniků, útulků, chovatelů hospodářských zvířat a mnoha dalších (SVS, 2020).

Jako správní úřad, který je podřízen Ministerstvu zemědělství České republiky smí státní veterinární správa kontrolovaným subjektům za přestupky udělovat pokuty (SVS, 2017).

2.3.3. Orgány ochrany veřejného zdraví

Jako jediný zmíněný dozоровý orgán v oblasti potravinového práva patří pod působnost Ministerstva zdravotnictví ČR. Všechna ostatní (Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Státní veterinární správa ČR, Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, Ústav pro kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv) patří pod Ministerstvo zemědělství ČR (MZe, 2018a).

Činnosti orgánu vycházejí ze zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví.

Obyčejně ochrana veřejného zdraví je v tomto zákoně definována jako: „*souhrn činností a opatření k vytváření a ochraně zdravých životních a pracovních podmínek a zabránění šíření infekčních a hromadně se vyskytujících onemocnění, ohrožení zdraví v souvislosti s vykonávanou prací, vzniku nemocí souvisejících s prací a jiných významných poruch zdraví a doзору nad jejich zachováním. Ohrožením veřejného zdraví je stav, při kterém jsou obyvatelstvo nebo jeho skupiny vystaveny nebezpečí, z něhož míra zátěže rizikovými faktory přírodních, životních nebo pracovních podmínek překračuje obecně přijatelnou úroveň a představuje významné riziko poškození zdraví*“ (Zákon o ochraně veřejného zdraví 2000, 2018, § 2).

V zákoně je uvedeno několik hygienických požadavků, které by měly být dodržovány. Například hygienické požadavky při přípravě pokrmů v restauracích apod., aby nedocházelo k onemocněním a otrav z potravin (Ministerstvo zdravotnictví, 2018).

2.3.4. Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský

Tento ústav vychází ze zákona č. 147/2002 Sb., o kontrolním a zkušebním ústavu zemědělském. Ústav má kompetence provádět zkušební a kontrolní činnosti, a to v oblastech:

- vinohradnictví a chmelařství,
- krmiv,
- odrůd, osiv a sadeb pěstovaných rostlin,
- hnojiv, sedimentů, substrátů, půdních látek,
- rostlinolékařské péče,
- zemědělských půd,
- ochrany práv k odrůdám rostlin (Zákon o Ústředním kontrolním a zkušebním ústavu zemědělském 2002, 2018, § 2).

2.3.5. Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv

Sledování kvality, účinnosti a bezpečnosti veterinárních léčiv má na starost nezávislý ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv. V souvislosti s potravinami zajišťuje bezpečnost potravin živočišného původu (Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv, 2018).

Jeho zřizovatelem je Ministerstvo zemědělství České republiky. Činnost, kterou ústav vykonává, vychází především z právních předpisů, a to ze zákona č. 378/2007 Sb., o léčivech (ÚSKVBL, 2017).

Mezi hlavní kompetence ústavu pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv patří vydávat povolení:

- vyrábět veterinární léčivé přípravky,
- k činnostem kontrolním laboratořím (pro oblast veterinárních léčiv),
- distribuovat veterinární léčiva,
- vydávat certifikáty výrobcům, kontrolním laboratořím či distributorům.

Dále ústav kontroluje dodržování:

- zákona o léčivech,
- správné výrobní praxe,
- povinností dané zákonem o veterinární péči.

Činností, které vykonává odbor inspekce ústavu je celá řada (ÚSKVBL, 2020).

2.4. Informační zdroje pro spotřebitele

Každý spotřebitel má právo na objektivní a nestranné informace. Na základě těchto informací se spotřebitel rozhoduje, který z mnoha produktů či služeb vybrat podle svých možností a potřeb. Postupem času se stále více obchodů uskutečňuje online a spotřebitel se tak nedostává do osobního styku s danými produkty, a proto kvalita dostupných informací se stává čím dál více důležitější (Manual on Consumer Protection, 2018).

Významné zdroje informací:

- spotřebitelská centra (např. Evropské spotřebitelské centrum),
- spotřebitelské časopisy (např. časopis dTest),
- internetové stránky (např. www.ferpotravina.cz),
- systémy pro rychlou výměnu informací (např. RASFF),
- projekty (např. Potravina na pranýři),
- média (televize, tisk),
- normy ČSN a ISO (např. ČSN EN ISO 22000:2019),
- značky kvality (např. „KLASA“),
- informační kampaně (např. „Nasyčené škodí“) (Srbová & Vojtko, 2011).

2.4.1. Evropské spotřebitelské centrum

Jak již bylo uvedeno v deseti základních pravidlech, k urovnávání přeshraničních sporů napomáhají evropská spotřebitelská centra. Tato centra vytvořila jakousi síť, do níž patří státy Evropské unie, a navíc se sem řadí i Norsko a Island.

Centra fungují jako taková podpora pro ochranu spotřebitele. Občané zde najdou například informace ohledně možností řešení sporů a připomínají poškozeným jejich spotřebitelská práva. V České republice takové centrum sídlí v Praze (Evropské spotřebitelské centrum, 2017).

2.4.2. Časopis dTest

Nezisková organizace dTest nabízí spotřebitelům komplexní přehled, který pomáhá spotřebitelům při výběru produktů a služeb. Organizace vydává své časopisy dTest, ve kterých prezentuje své výsledky z uskutečněných testů. Kromě testování vý-

robků se organizace dále zabývá spotřebitelské problematice. V časopisech tak přibližují práva spotřebitelů, poskytují rady, jak uplatňovat tato práva a na co si dávat pozor. Navíc nabízí zprostředkování mimosoudního řešení sporů (dTest, o.p.s., 2019).

2.4.3. Féřpotravina

Tato nezisková organizace provozuje projekt FÉR potravina, který spočívá v tom, že pomáhá spotřebitelům vyznat se v potravinách. Poskytuje informace o kvalitě potravin a zejména jejich složení. Dále vyzdvihují potraviny s jasným původem a bez zbytečných aditiv.

Informace poskytuje skrze web, a to přes databázi potravin, kde si spotřebitel může najít konkrétní potravinu od konkrétního výrobce. Na webu lze najít i podkapitolu databáze éček. Tato databáze poskytuje kompletní informace o vybraných éčkách a rozděluje éčka do stupnice škodlivosti.

Dále organizace hodnotí potraviny pomocí bodů a kritérií. Nejméně může potravina získat – 20 bodů a nejvíce + 30 bodů. Pokud potravina dosahuje alespoň 20 bodů podle daných kritérií stane se nositelem loga FÉR potravina (FÉR potravina, 2020).

2.4.4. Systém rychlého varování pro potraviny a krmiva (RASFF)

V případě, kdy se na trh dostane krmivo či potravina, která ohrožuje přímo či nepřímo lidské zdraví, měl by člen RASFF o tom ihned systém informovat.

Informace je sdílena mezi členy systému, kterými jsou: Evropská komise, členské státy EU a EFTA (Norsko, Island a Lichtenštejnsko) a Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA). Všechna příchozí hlášení od členů zpracovává a vyhodnocuje Evropská komise a následně je rozepisuje ostatním členům RASFF. Rozlišují se čtyři typy hlášení:

- Varování – v případě, kdy je nutné jednat, jelikož potraviny či krmiva představují vážná nebezpečí.
- Informace – používá se, pokud rizikové potraviny či krmiva se na trhu už neobjevují nebo riziko už není tak závažné, není tedy nutné ihned jednat.

- Odmítnutí na hranicích – užívá se v případě, když zásilky neprojdou přes vnější hranice EU, jelikož u nich při testování bylo zjištěno zdravotní riziko.
- Novinky – jedná se o informace, které jsou významné především pro kontrolní orgány.

V České republice je za kontaktní místo považováno dle §15 odst. 4 zákona č. 110/97 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích Státní zemědělská a potravinářská inspekce (MZe, 2018b).

2.4.5. Potravina na pranýři

Tento projekt provozuje Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Primárním cílem projektu je informovat spotřebitele o výsledcích prováděné úředními kontrolami potravin.

Informace poskytuje skrze svůj web, který je rozdělen na čtyři sekce, kterými jsou:

- potraviny,
- provozovny,
- rizikové webové stránky,
- tematické kontroly.

V sekci „potraviny“ jsou potraviny rozdělovány na: nejakostní, falšované a nebezpečné. A to podle toho, jak nesplňují legislativní požadavky.

V sekci „provozovny“ jsou evidovány provozovny, které byly uzavřeny Státní potravinářskou a zemědělskou inspekcí.

V sekci „rizikové webové stránky“ jsou spotřebitelé varováni na těchto webových stránkách kupovat potraviny. Potraviny na těchto webech jsou v rozporu s právními předpisy.

V poslední sekci „tematické kontroly“ jsou spotřebitelé informováni o výsledcích úředních kontrolách (SZPI, 2019).

2.4. Marketingový výzkum

Marketingový výzkum je součástí vědní disciplíny marketingu. Příčinou vzniku marketingu samotného byla neprodejnost vyrobeného zboží. Kvůli této neprodejnosti docházelo k přebytkům na trhu. Pro prodávající v té době začalo být důležité tázat se, proč k tomu dochází. Proč si spotřebitelé nekupují některé výrobky a díky tomu vznikla nová podnikatelská filozofie. V České republice je za zakladatele marketingu považován Tomáš Baťa, který si kdysi položil otázku proč, a na tomto základě vybudoval své podnikání (Švarcová, 2016).

Podle Americké marketingové asociace je marketing: *„proces plánování a naplňování koncepcí, oceňování, propagace a distribuce myšlenek, výrobků a služeb, který směřuje k uskutečňování výměny, uspokojující potřeby jednotlivců a organizací“* (Švarcová, 2016, str. 13).

Stejně jako některé jiné vědní disciplíny se marketing stále rozvíjí a modernizuje (Švarcová, 2016).

O marketingovém výzkumu lze hovořit jako o součásti marketingu nebo činnosti, která z marketingu vychází. Pokud se jedná například o marketingový výzkum trhu, hledá se a stanovuje se nejlepší cesta, jak na trh proniknout a maximálně tak uspokojit potřeby spotřebitelů na daném trhu.

Na začátku každého marketingového výzkumu musí existovat nějaký zadavatel, který jako jediný má k dispozici výsledné informace. Je důležité, aby výzkum měl vysokou vypovídací schopnost a získané informace byly co nejaktuálnější. Jelikož je tento výzkum časově a finančně náročný, je dobré se řídit podle určitých zásad (Kozel, Mynářová, & Svobodová, 2011).

2.4.1. Proces marketingového výzkumu

Marketingový výzkum lze realizovat buď ve firmě, tedy myšleno vlastní silou, nebo pomocí zakoupení těchto služeb od specializovaných firem. Podle některých literatur se rozlišuje 7 kroků marketingového výzkumu:

1. určení cíle výzkumu, definování výzkumného problému, přínos výzkumu,
2. zdroje dat,
3. metody a techniky sběru dat,

4. určení velikosti vzorku,
5. sběr dat,
6. zpracování a analýza dat,
7. zpracování a prezentace závěrečné zprávy (Přibová, 1996).

Informační zdroje

Informační zdroje, které jsou nutné pro výzkum, se dělí na primární a sekundární. Do primárních zdrojů se zahrnují metody:

- pozorování,
- dotazování,
- experiment.

Sekundární zdroje se rozlišují:

- interní,
- externí.

Primární zdroje jsou takové, které ještě neexistují. Jde o realizované výzkumy. Naopak sekundární zdroje existují, ale byly vytvořeny dříve za jiným než marketingovým účelem (Kozel et al., 2011).

Výběrový soubor

Představuje podmnožinou základního souboru. Lze hovořit o vzorku, který má prezentovat základní soubor a ze kterého se pak výzkum provádí. Výběrové soubory dělíme na pravděpodobnostní a nepravděpodobnostní.

Do pravděpodobnostního patří:

- prostý náhodný soubor,
- vrstvený náhodný soubor,
- shlukový soubor.

Do nepravděpodobnostního patří:

- soubor vhodné příležitosti,
- soubor vhodného úsudku,
- určený soubor (Švarcová, 2016).

Informace

Informace mohou být kvantitativní, které dávají nějaký počet, frekvenci apod. Jednoduše, vyjadřují množství. Je zde možnost ptát se kolik. Naopak kvalitativní data mohou vyjadřovat například názory či motivy. Jsou více subjektivní a hůře se měří.

Druhy výzkumů

Obecně se dělí na:

- monitorovací,
- explorativní,
- deskriptivní,
- kauzální.

Monitorovací výzkum se využívá na začátku výzkumu. Slouží pro prozkoumání vnějšího marketingového prostředí.

Explorativní výzkum slouží často k vyjasnění některých problémů či nejasností a ke stanovení správných hypotéz.

Deskriptivní výzkum pouze popisuje subjekty nebo objekty, vztahy a jevy. Nebere v úvahu příčiny. Data se získávají pomocí dotazování nebo pozorování.

Kauzální výzkum na rozdíl od deskriptivního hledá souvislosti. Nazývá se také jako diagnostický či příčinný. Data jsou zde získávána prostřednictvím dotazování nebo experimentem (Švarcová, 2016).

2.4.2. Dotazování

Jak už bylo řečeno, primární informační zdroje se získávají pozorováním, experimentem a dotazováním. Jelikož bude výzkum prováděn pomocí dotazníkového šetření, bude zde metoda dotazování popsána podrobněji.

Při dotazování je na jedné straně tazatel a na straně druhé respondent. Tazatel je ten, co pokládá otázky, měl by být vyškolený a na základě jeho odbornosti by měl získávat potřebné odpovědi. Respondenti mají více podob. Může se jednat o jednotlivce, organizace či domácnosti (Kozel et al., 2011).

Tato metoda sběru dat je považována za nejrozšířenější. V případě dotazování je možnost vytvořit dotazník, při kterém je dobré dodržovat takovýto postup během jeho tvorby:

1. vytvoření seznamu informací, které má dotazování přinést,
2. určení způsobu dotazování,
3. specifikace cílové skupiny,
4. konstrukce otázek ve vazbě na požadované informace,
5. konstrukce celého dotazníku,
6. testování dotazníku (Příbová, 1996).

Druhy otázek

V případě pokládání otázek při dotazování jsou také stanovena některá pravidla. Je dobré ptát se přímo, krátce, jednoduše a používat běžný jazyk. Nemělo by se využívat vícevýznamových slov a sugestivních či zavádějících otázek. Pro dobro respondenta by se měly vyloučit nepříjemné nebo citlivé otázky a dát možnost dotazovanému neuvést odpověď (Kozel et al., 2011).

Pokládané otázky mohou být otevřené nebo uzavřené.

Do otevřených otázek patří:

- volné – možnost napsat cokoliv,
- asociační – zde je uvedeno první slovo, které dotazovaného napadne,
- volné dokončení vět.

Nevýhodou těchto otázek je jejich následné zpracování.

Do uzavřených otázek patří:

- dichotomické otázky – dvě možnosti odpovědi,
- sémantický diferenciál – stupnice se dvěma póly,
- Likertova stupnice – vyjadřuje míru souhlasu či nesouhlasu,
- známkovací stupnice,
- stupnice přiřazeného významu – důležité, nedůležité apod.

Uzavřené otázky se lépe zpracovávají, ale jsou hodně omezené (Švarcová, 2016).

3. Cíle, výzkumná otázka a metodika práce

3.1. Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce byla analýza ochrany spotřebitele v oblasti potravin a v rámci dotazníkového šetření zjištění úrovně znalosti potravinového práva.

Dotazníkového šetření, které bylo z části vytvořeno jako test, mělo prověřit zejména znalosti a přehled spotřebitelů v této problematice.

3.2. Výzkumná otázka

Pro praktickou část byla stanovena výzkumná otázka, která zní: jaký mají spotřebitelé názor na ochranu spotřebitele v oblasti potravin a jaký je jejich přehled a znalost v této oblasti? Jelikož výzkumná otázka by mohla zahrnovat širokou oblast zkoumání, kterou by nebylo možné zcela prověřit, dotazník směřoval na témata probírané v teoretické části.

3.3. Metodika práce

Bakalářské práce byla založena na studiu teoretických východisek zaměřené především na ochranu spotřebitele, které byly následně použity pro vypracování literární rešerše. Informace byly čerpány z odborných publikací, ale také z elektronických zdrojů a právních předpisů.

Praktická část byla založena na uskutečnění kvantitativního výzkumu, a to formou dotazníkového šetření. Dotazník byl zpracován ze 20 otázek. Otázky byly formulovány tak, aby vhodně odpovídaly na výzkumnou otázku. Cílem bylo získat 150 vyplněných dotazníků. Pro získání respondentů byl použit kvótní výběr. Dotazování byli spotřebitelé, kteří naplňovali stanovené kvóty, kterými byly věkové kategorie. Tyto kvóty byly vypočítány na základě posledních zveřejněných dat získaných ze stránek Českého statistického úřadu.

Nashromážděná data byla zpracovávána v aplikaci formuláře Google. Během shromažďování dat byly odpovědi převáděny do číselného kódu a nanášeny do tabulky připravené v Excelu. Výsledkem byla v Excelu vytvořená datová matice připravená pro vytváření základní popisné statistiky. Byly vytvořeny tabulky, grafy, četnosti, průměry. Pro zjištění míry statistické závislosti byl použit Pearsonův korelační koeficient.

Po vyhodnocení dotazníkového šetření byly interpretovány výsledky a následně zodpovězena výzkumná otázka a vytvořen závěr.

4. Vlastní práce

4.1. Plán a průběh výzkumu

Získání primárních dat bylo naplánováno provést dotazníkovým šetřením, kdy část vzorku měla být získána prostřednictvím elektronického formuláře. Druhá, menší část vzorku, zahrnující především starší věkové kategorie, měla být získána osobně prostřednictvím papírového dotazníku. Kvůli situaci v České republice musela být všechna data získána prostřednictvím online formuláře, a to ztížilo získávání dat. Odhadovaná doba sběru dat se tak protáhla z deseti dní na dvacet z důvodu ztíženého naplňování kvót starších věkových kategorií.

Před samotným dotazováním byla provedena pilotáž na deseti dotazovaných. Díky pilotáži byly opraveny chyby např. chybně uvedené nejvyšší dosažené vzdělání, kdy vysoké bylo nahrazeno vysokoškolským vzděláním. Některým respondentům chybělo v odpovědích možnost „neznám žádné z uvedených“ či odpověď „nevím“. Odpověď „nevím“ však nebyla do dotazníku přidána, jelikož bylo požadováno, aby si respondenti alespoň tipli nebo se přiklonili k nějakým možnostem.

Po provedení pilotáže bylo naplánováno přes aplikaci formuláře Google, získat stanovených 150 vyplněných dotazníků a vypracovat v aplikaci potřebné grafy, tabulky apod. Po poznání této aplikace se vyhodnotila jako nedostatečná pro vypracování výsledků a výsledky začaly být nanášeny do Excelu pomocí kódování, čímž vznikla datová matice. Z této matice byly pomocí funkcí nabízející Excel tvořeny grafy, tabulky atd. Veškeré výpočty, tabulky, grafy apod. jsou vytvořeny pomocí Excelu.

I přes to, že dotazník byl kratšího charakteru, jeho vyhodnocení trvalo delší dobu, než bylo předpokládáno. Zejména kvůli použití pracnějších statistických metod pro kvalitnější výstupy práce. Na základě poznatků z dotazníkového šetření byla zodpovězena výzkumná otázka.

4.2. Dotazníkové šetření

4.2.1. Výběrový soubor

Před hodnocením výsledků z dotazníku, se nejdříve provedl rozbor výběrového souboru. Výběrový soubor byl stanoven na 150 dotazovaných. Pro dosažení reprezentativního vzorku z populace bylo vybráno kritérium věk. Z následující tabulky lze vidět dodržení kvót a počet dotazovaných v jednotlivých kategoriích. Z důvodu řešené problematiky byli ve věkové kategorii 0 – 20 let dotazováni spotřebitelé, kteří měli dosažené alespoň základní vzdělání.

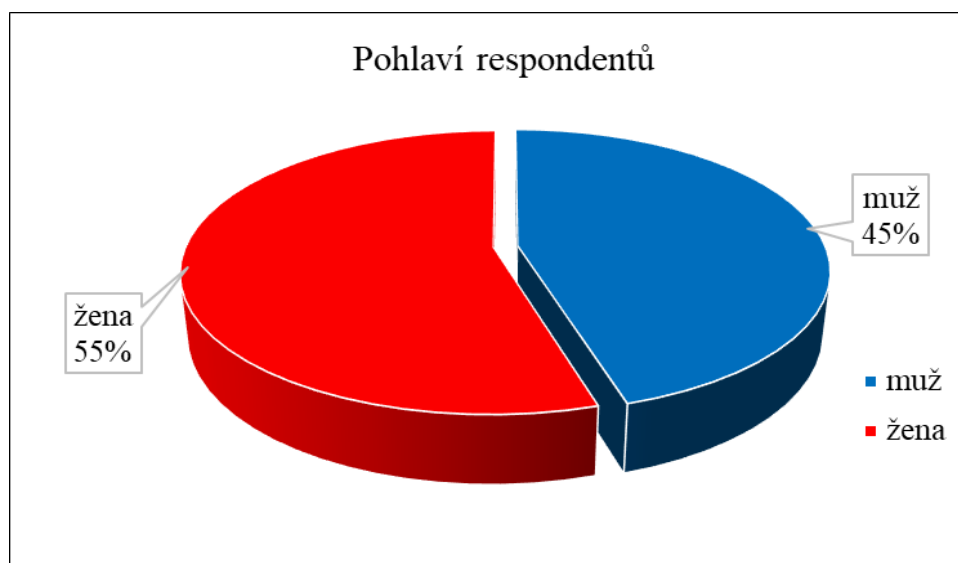
Tabulka 1: Počet respondentů ve věkových kategoriích

Věk respondentů	Četnost		Kumulativní četnost	
	absolutní	relativní	absolutní	relativní
0 – 20	32	21%	32	21%
21 – 30	17	11%	49	33%
31 – 40	22	15%	71	47%
41 – 50	24	16%	95	63%
51 – 60	18	12%	113	75%
61+	37	25%	150	100%

Zdroj: vlastní zpracování

Vzorek tvoří větší část žen, a to níže uvedených 55 %. V absolutním vyjádření se jedná o 82 žen. Muži v dotazníku zastoupili 45 % tedy 68 mužů.

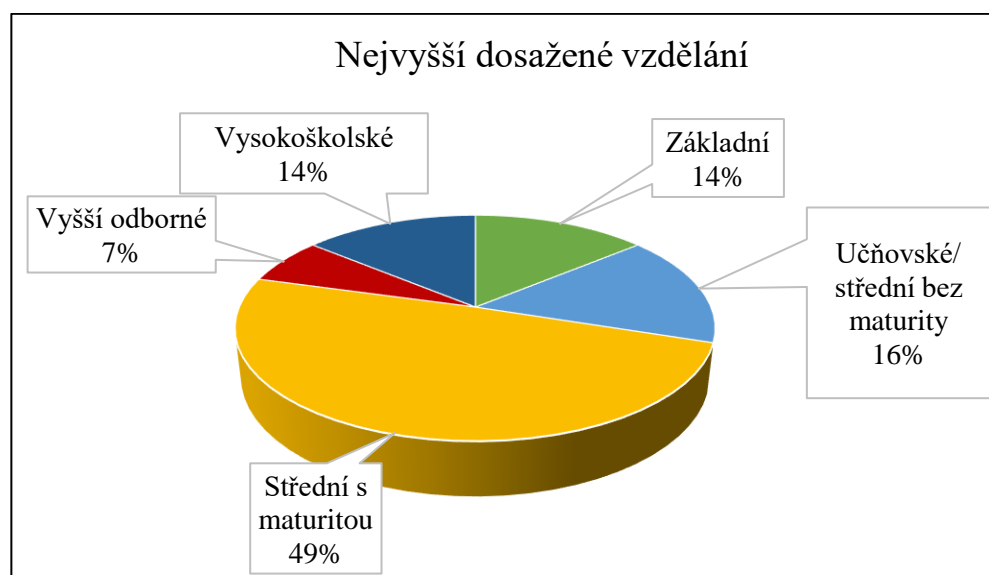
Graf 1: Zastoupení respondentů podle pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování

V následujícím grafu lze vidět, jaké bylo procentuální rozložení nejvyššího dosaženého vzdělání mezi dotazovanými. Respondenti odpovídající na tento dotazník měli nejvyšší dosažené vzdělání nejčastěji střední s maturitou. V absolutním vyjádření se jedná o 74 osob. Na druhou stranu nejméně početní skupinou byli respondenti s vyšším odborným vzděláním. Takových činilo 10 osob.

Graf 2: Zastoupení respondentů podle nejvyššího dosaženého vzdělání



Zdroj: vlastní zpracování

Dotazovány však byly osoby z různých věkových kategorií a nemohly ještě dosáhnout některých vyšších vzdělání. Proto pro přiblížení je uvedena tabulka, jakých nejvyšších vzděláních bylo dosaženo v každé věkové kategorii.

Tabulka 2: Dosažené vzdělání v jednotlivých věkových kategoriích

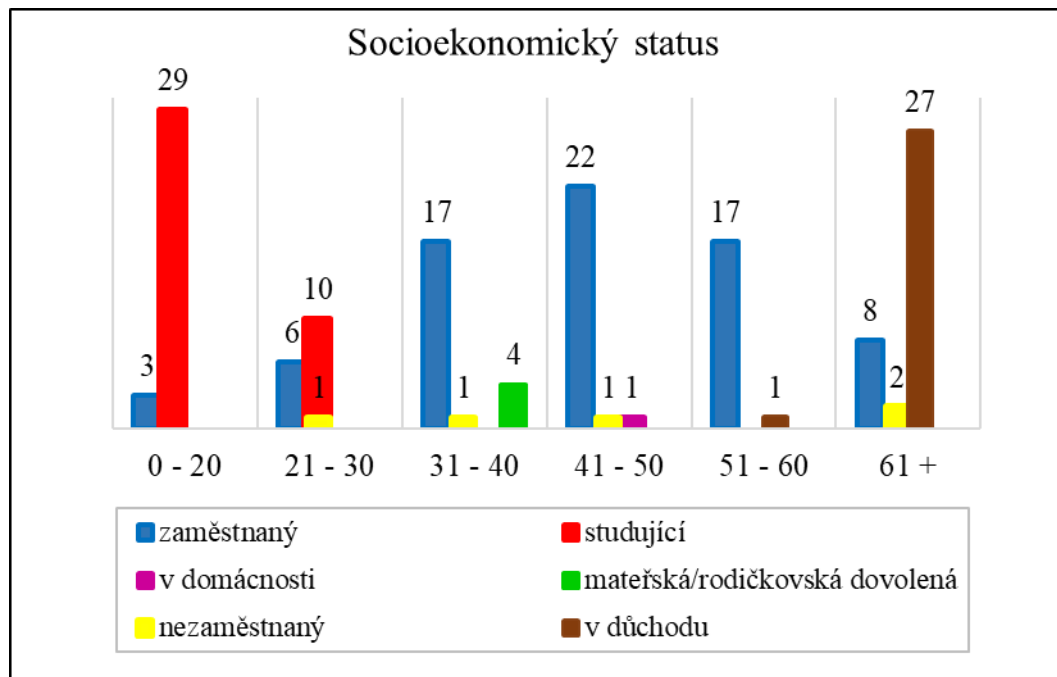
Nejvyšší dosažené vzdělání	Věkové kategorie					
	0 - 20	21 - 30	31 - 40	41 - 50	51 - 60	61 +
	abs.	abs.	abs.	abs.	abs.	abs.
Základní	18	0	0	1	0	2
Učňovské/střední bez maturity	2	0	2	7	4	9
Střední s maturitou	11	11	9	10	10	23
Vyšší odborné	1	3	3	1	2	0
Vysokoškolské	0	3	8	5	2	3
Celkem	32	17	22	24	18	37

Zdroj: vlastní zpracování

U věkové skupiny 0 – 20 převažuje nejvyšší dosažené základní vzdělání. To bylo předvídatelné. Naskytl se zde však jeden respondent, který uvedl, že jeho nejvyšší dosažené vzdělání je vyšší odborné. V tomto případě zde mohlo dojít ke špatnému pochopení otázky. Co mají skupiny společné je to, že v každé skupině dominuje počet nejvyššího dosaženého vzdělání střední s maturitou, a jak už bylo uvedeno, to v absolutním vyjádření činilo 74 osob.

Další graf slouží k identifikaci respondentů z pohledu socioekonomického statusu v daných věkových kategoriích. Bez ohledu na věk, nejpočetnější skupinu tvoří zaměstnaní a to 73 osob. Druhá nejpočetnější skupina jsou studující, která činí 39 osob. V důchodu je 28 dotazovaných. Nezaměstnaných je 5 osob. Na mateřské/rodičovské dovolené jsou 4 osoby a 1 osoba je v domácnosti.

Graf 3: Zastoupení respondentů z pohledu socioekonomického statusu



Zdroj: vlastní zpracování

4.2.2. Vyhodnocení dotazníkového šetření

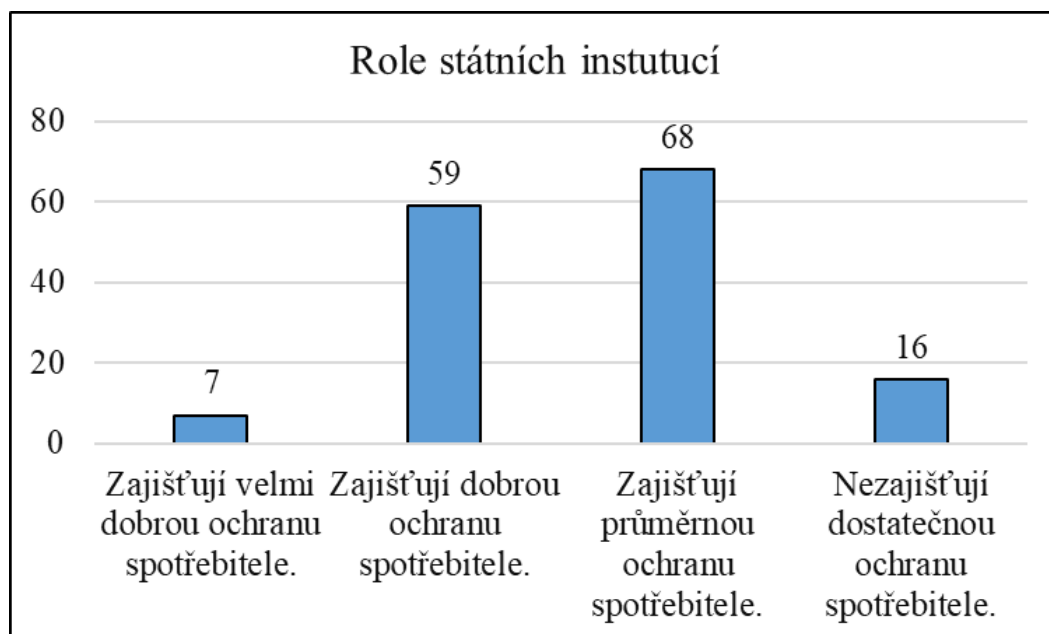
Respondenti dotazníkového šetření již byli identifikováni. Tato část obsahuje přehled otázek a výsledků z dotazníku.

Pro upřesnění každou otázku musel zodpovědět každý účastník výzkumu. V každé otázce je tedy $n = 150$, kdy $n =$ počet dotazovaných. Křivku y vždy představuje počet respondentů.

Otázka č. 1: Jaký je Váš názor na roli státních institucí v oblasti ochrany spotřebitele?

Tato úvodní otázka byla zaměřena na vnímání spotřebitelů, v jaké míře podle nich státní instituce zajišťují ochranu spotřebitele. Podle 45 % spotřebitelů státní instituce zajišťují průměrnou ochranu spotřebitele. Tato odpověď byla nejčastější odpovědí. 39 % spotřebitelů odpovědělo, že zajišťují dobrou ochranu spotřebitele. Zbytek dotazovaných se spíše přiklonil k tomu, že státní instituce nezajišťují dostatečnou ochranu spotřebitele 11 % a 5 % považuje ochranu spotřebitele za velmi dobrou v České republice a není tedy co zlepšovat. Hodnoty v absolutním vyjádření jsou uvedeny v grafu.

Graf 4: Názor spotřebitelů na roli státních institucí

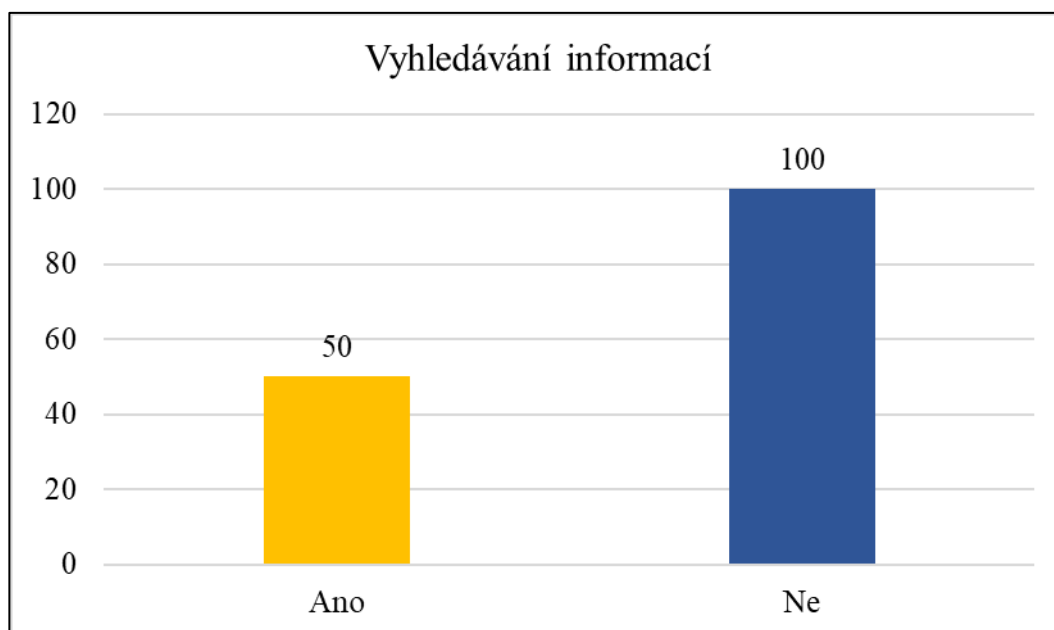


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 2: Vyhledával/a jste někdy informace v zákoně o ochraně spotřebitele?

Otázka č. 2 měla prověřit, zda spotřebitelé někdy nahlédli do zákona o ochraně spotřebitele. V tomto případě 2/3 dotazovaných nikdy nevyhledávali informace v zákoně o ochraně spotřebitele a zbylá 1/3 dotazovaných ano.

Graf 5: Vyhledávání informací v zákoně o ochraně spotřebitele

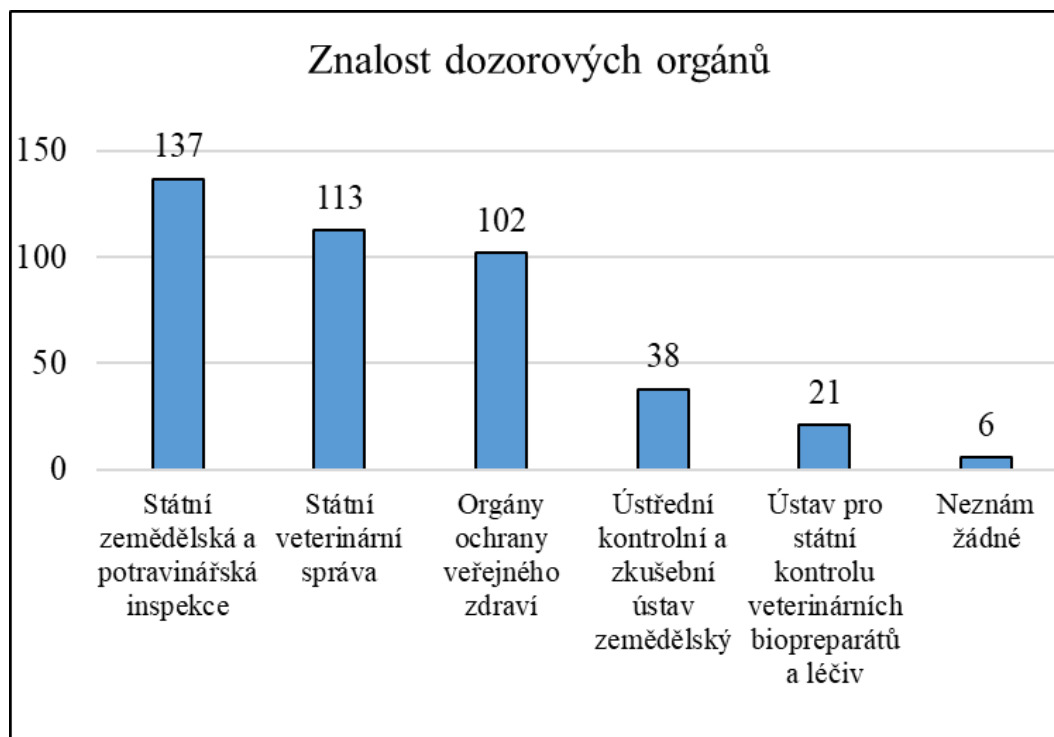


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 3: Zaškrtněte všechny dozorové orgány týkající se potravin, které znáte.

V této otázce měl respondent zaškrtnout všechny dozorové orgány, které zná. Byla tedy možnost zaškrtnout více odpovědí. Jako nejznámější dozorový orgán v oblasti potravin byla mezi spotřebiteli Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Kterou znalo 91 % spotřebitelů. O existenci Státní veterinární správy vědělo 75 % spotřebitelů. Co se týče orgánů ochrany veřejného zdraví, kde byl uveden příklad: krajské hygienické stanice a ministerstvo zdravotnictví. O těchto orgánech vědělo 68 % dotazovaných. O existenci Ústředního kontrolního a zkušebního ústavu zemědělském vědělo už jen pouhých 25 % spotřebitelů, a ještě méně o Ústavu pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv 14 % dotazovaných. Našli se i tací, kteří neznali žádné z uvedených 4 %. Hodnoty v absolutním vyjádření jsou uvedeny v grafu.

Graf 6: Znalost dozorových orgánů



Zdroj: vlastní zpracování

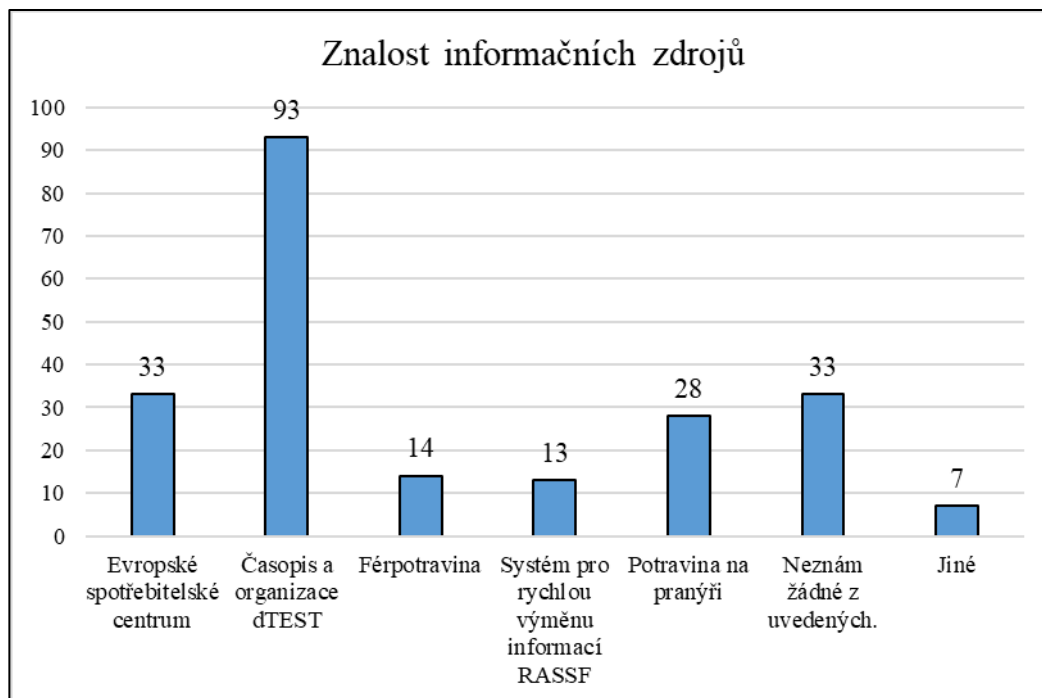
Otázka č. 4: O kterých z níže uvedených informačních zdrojů (týkajících se potravin) jste někdy slyšel/a?

Otázka opět s více možnostmi. Otázka zaměřená na přehled spotřebitelů, co se týče informačních zdrojů v oblasti potravin. Z grafu na první pohled dominuje Časopis a organizace dTEST, který se stal z uvedených informačních zdrojů nejznámějším mezi spotřebiteli. Tento zdroj zná 61 % dotazovaných. Druhým nejznámějším zdrojem se stalo Evropské spotřebitelské centrum, které zná už jen 22 % dotazovaných. Potravinu na pranýři zná 19 % dotazovaných. Neziskovou organizaci Férpotravinu 9 % dotazovaných a systém pro rychlou výměnu informací RASSF 8 %.

Respondenti, kteří neznali žádný z uvedených zdrojů bylo 22 %.

Respondenti navíc uvedli, že znají i jiný zdroj, kterým byla především společnost Vím, co jím 4 % a pořad A DOST uvedl jeden dotazovaný. Hodnoty v absolutním vyjádření jsou uvedeny v grafu.

Graf 7: Znalost informačních zdrojů

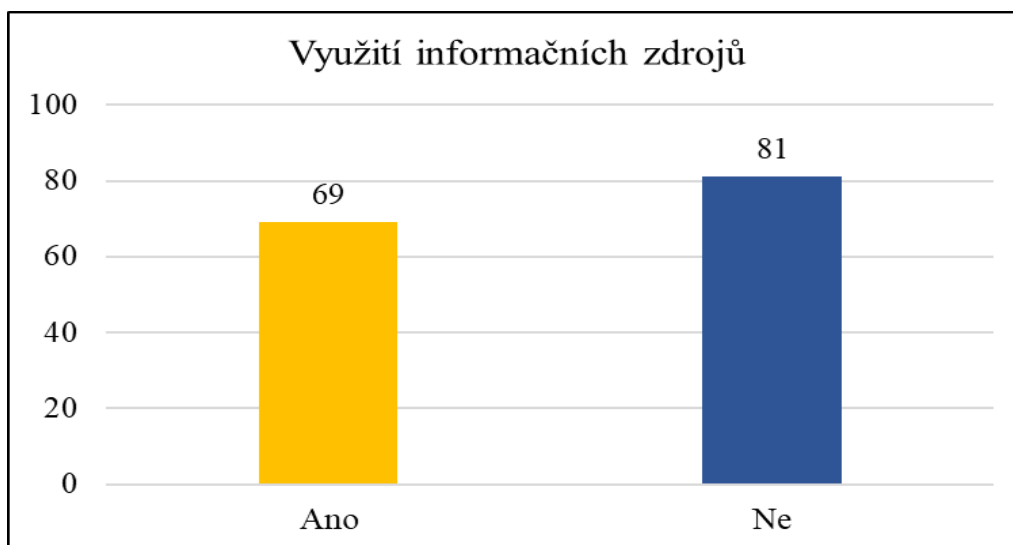


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 5: Použil/a jste někdy alespoň jeden z informačních zdrojů ze 4. otázky? (Např. vyhledával/a konkrétní potravinu, aktuality a podobně.)

Otázka č. 5 která se váže na předchozí otázku, zjišťuje, jaká je míra využití informačních zdrojů. Z grafu vyplývá, že 46 % dotazovaných někdy využilo alespoň jeden z informačních zdrojů. 54 % dotazovaných nikdy žádný z uvedených zdrojů nepoužilo. Hodnoty v absolutním vyjádření jsou uvedeny v grafu.

Graf 8: Využití informačních zdrojů



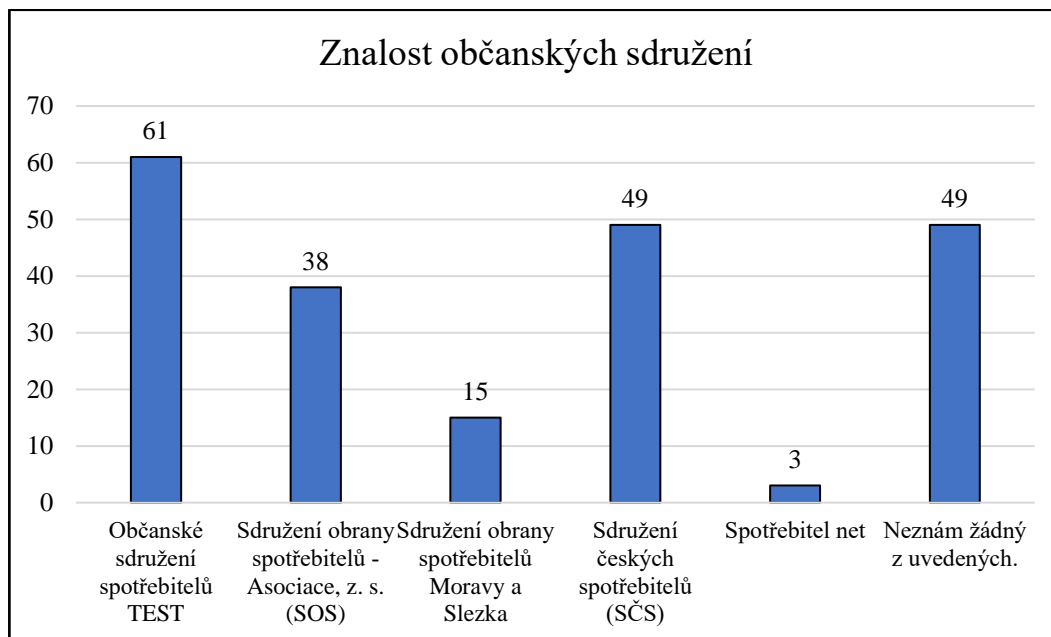
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 6: O kterých z níže uvedených občanských sdruženích jste někdy slyšel/a?

Zaškrtávací otázka s více možnostmi, zjišťující znalost občanských sdruženích. Nejznámější občanské sdružení mezi spotřebiteli je Občanské sdružení spotřebitelů TEST, které zná 41 % dotazovaných. Sdružení českých spotřebitelů (SČS) zná 33 % dotazovaných. Dále Sdružení obrany spotřebitelů (SOS) zná 25 % dotazovaných. Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezla zná 10 %. Spotřebitel net zná 2 % dotazovaných.

Skoro třetina dotazovaných 32 % nezná žádné ze spotřebitelských sdruženích.

Graf 9: Znalost občanských sdružení

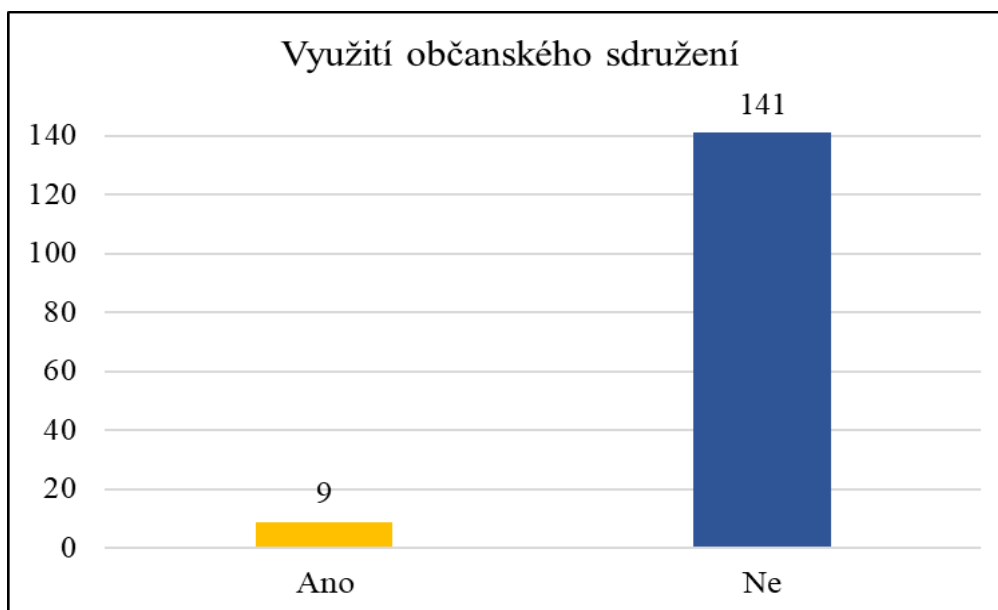


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 7: Využil/a jste někdy služeb, některého občanského sdružení?

Otázka č. 7 se váže na předchozí otázku č. 6 a zjišťuje, kolik spotřebitelů někdy využilo některého z občanského sdružení. Z grafu výrazně vyplývá, že občanská sdružení 94 % spotřebitelů doposud nevyužilo. Na druhou stranu 6 % občanské sdružení někdy využilo.

Graf 10: Využití občanských sdružení



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 8: Při nákupu potravin, zajímáte se či kontrolujete něco z níže uvedených?

Otázka s více možnostmi. Tato otázka měla zjistit, na co se spotřebitelé nejvíce zaměřují při nákupu potravin z pohledu jejich složení. Pro lepší přehled budou výsledky v procentech seřazeny od nejvíce zkoumaných po nejméně zkoumané. Pořadí s počtem respondentů je v následující tabulce.

Tabulka 3: Zájem o obsah potravin

Pořadí	Složení potravin	Počet respondentů	
		abs.	rel.
1.	Obsah masa	112	75 %
2.	Původ potraviny	98	65 %
3.	Výživové hodnoty (vitamíny, množství cukru)	86	57 %
4.	Přidatné látky a aditiva (ěčka)	81	54 %
5.	Obsah tuku	62	41 %
6.	Energie (Kj/kcal)	56	37 %
7.	Alergeny	34	23 %
8.	Obsah jiné složky	22	15 %
9.	Nezajímám se.	8	5 %
10.	Jiné	5	3 %

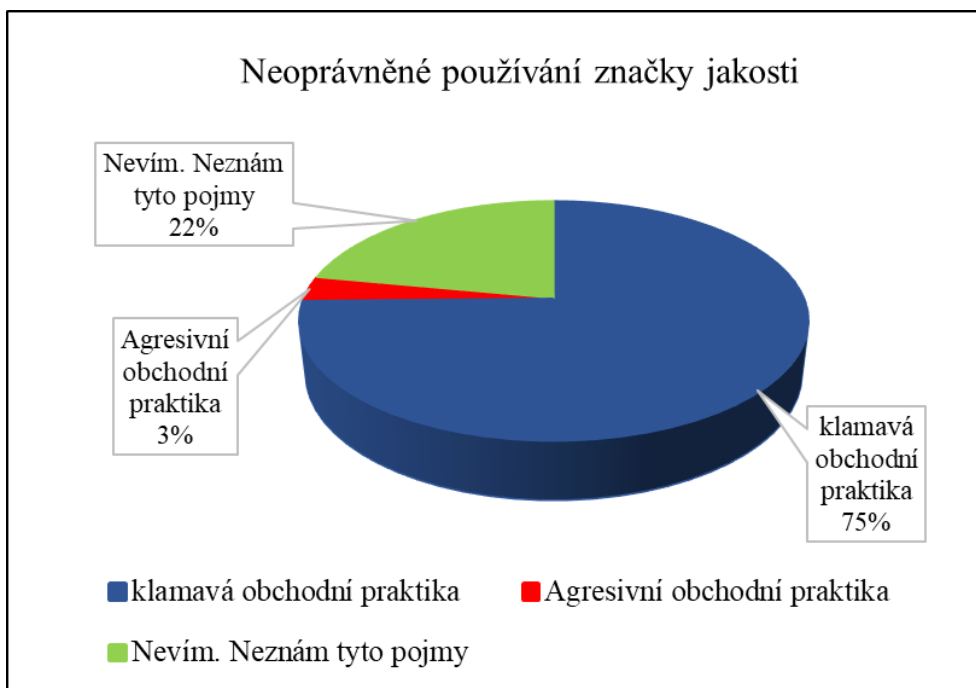
Zdroj: vlastní zpracování

V případě možnosti „jiné“ 5 osob uvedlo, že kontrolují ještě datum spotřeby. Otázka byla zaměřena spíše na složení potravin, ale položená otázka tuto odpověď nevyklučuje.

Otázka č. 9: V případě, že podnikatel neoprávněně užívá značku jakosti, víte, čeho se dopouští?

Od této otázky začíná testová část dotazníku, kde je vždy jen jedna správná odpověď. Testovou část zahrnují 4 následující otázky, které byly zmíněny i v literární rešerši. První otázka měla prověřit, zda spotřebitelé správně rozpoznají z příkladu, že se jedná o klamavou obchodní praktiku. Z výsledku je patrné, že 2/3 spotřebitelů znalo tento pojem, nebo si alespoň správně tipli. Takových činilo v absolutním vyjádření 112 spotřebitelů. Dalších 33 spotřebitelů uvedlo, že dané pojmy neznají a podle 5 spotřebitelů se jedná o agresivní obchodní praktiku. Hodnoty v procentuálním vyjádření jsou uvedeny v grafu.

Graf 11: Neoprávněné užívání značky jakosti

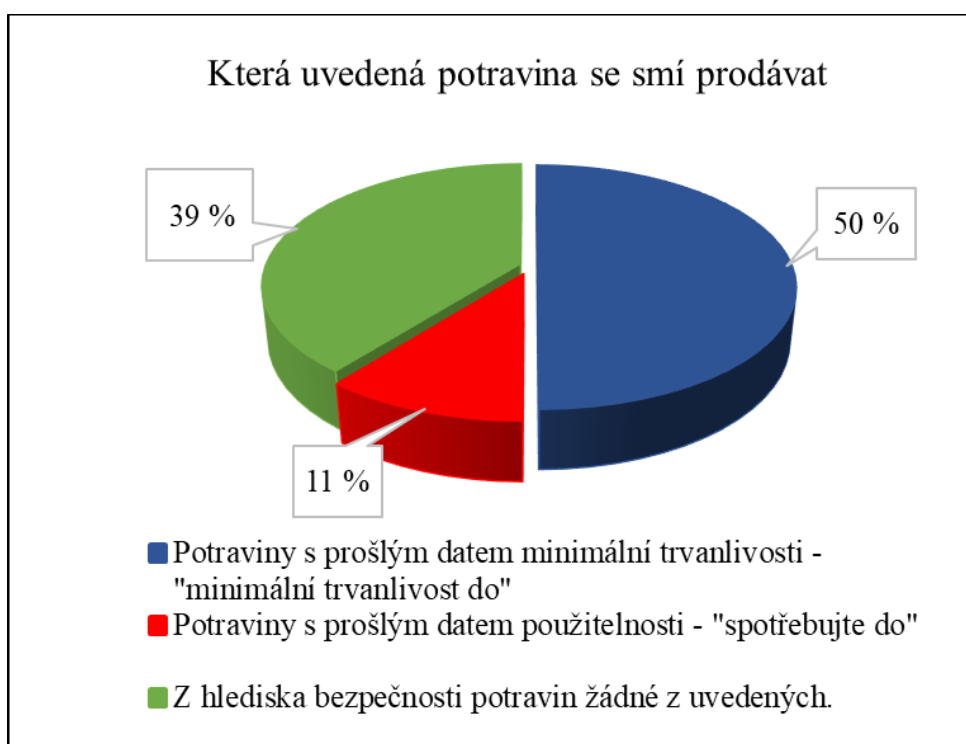


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 10: Které níže uvedené potraviny se mohou v obchodě ještě prodávat?

Další testová otázka prověřuje, jestli spotřebitelé vědí, které ze dvou typů uvedených potravin se mohou v obchodě ještě prodávat a které nikoli. Správná odpověď je potraviny s prošlým datem minimální trvanlivosti - "minimální trvanlivost do". Polovina dotazujících tedy 75 osob odpovědělo na tuto otázku správně. 16 osob si myslelo, že se mohou prodávat potraviny s prošlým datem „spotřebujte do“ a 59 osob si myslelo, že z hlediska bezpečnosti potravin nelze prodávat ani jednu z uvedených variant. Hodnoty v procentuálním vyjádření jsou uvedeny v grafu.

Graf 12: Která uvedená potravina se smí prodávat

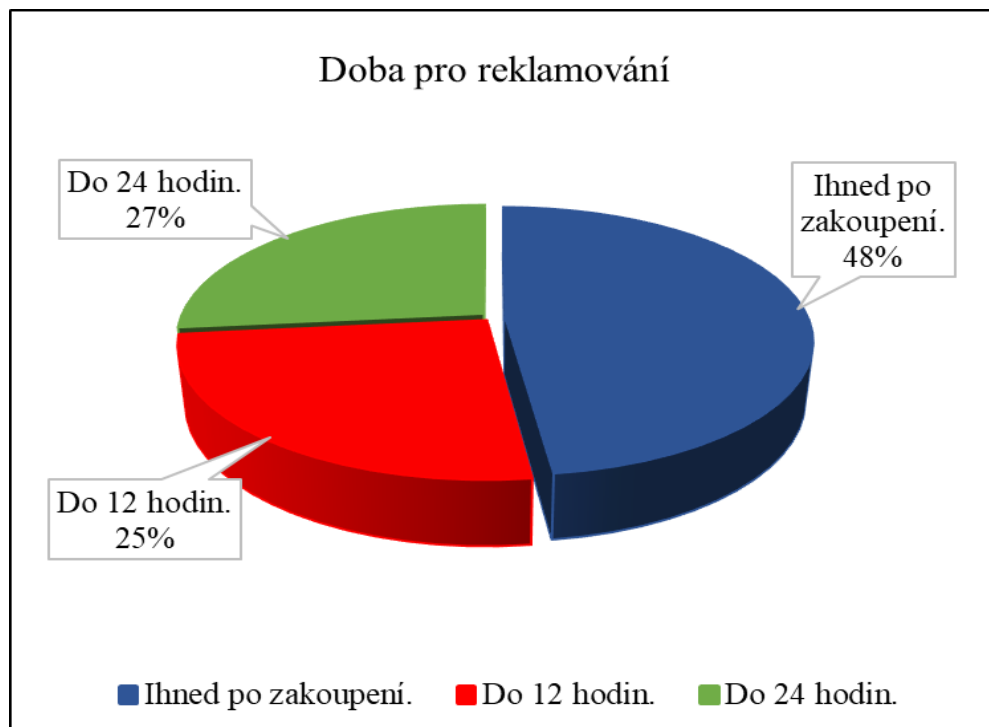


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 11: Víte jaká je záruční lhůta pro reklamování potraviny, která nemusí být označená datem minimální trvanlivosti ani dobou použitelnosti (např. pekařské výrobky)?

Třetí testová otázka byla zaměřena na to, zda lidé vědí, do jaké doby by mohli uvedený výrobek reklamovat. Správná odpověď je do 24 hodin. Správně odpovědělo pouze 40 osob. 38 osob si myslí, že by mohly reklamovat pekařský výrobek jen do 12 hodin a skoro polovina 72 osob, si myslí, že je nutné reklamovat výrobek ihned po jeho koupi. Hodnoty v procentuálním vyjádření jsou uvedeny v následujícím grafu.

Graf 13: Záruční lhůta pro reklamování potraviny (pekařské výrobky)



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 12: V případě, že by v řeznictví prodávali závadné maso, kam byste podal/a podnět ke kontrole?

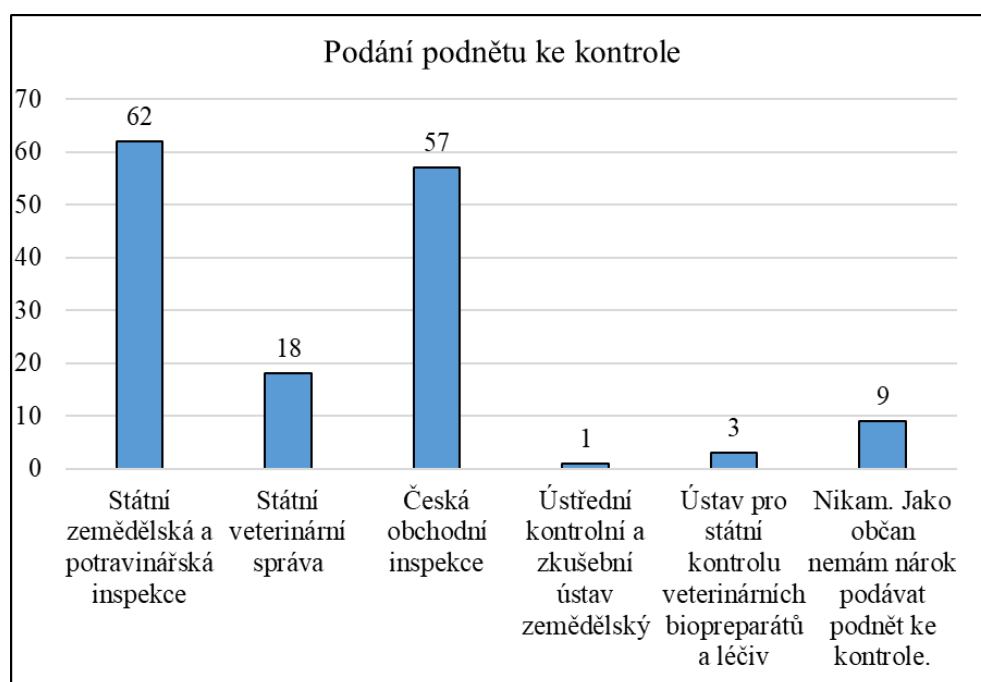
Otázka směřující na to, jestli by si spotřebitelé uměli poradit v případě podání podnětu ke kontrole, kdyby se v jejich okolí prodávalo v řeznictví závadné maso. Otázka se ptá na to, kam by spotřebitelé podali podnět ke kontrole. Správná odpověď v tomto případě je Státní veterinární správa. Bohužel na tuto odpověď odpovědělo pouhých 12 % spotřebitelů správně. Nejvíce spotřebitelů by podalo pod-

nět Státní zemědělské a potravinářské inspekci 41 % dotazovaných. 37 % by podalo podnět České obchodní inspekci. 2 % by podalo podnět Ústavu pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv a jedna osoba Ústřednímu kontrolnímu a zkušebnímu ústavu zemědělskému.

8 % dotazovaných by podnět nepodalo nikam, jelikož si myslí, že na to nemají nárok.

Hodnoty v absolutním vyjádření jsou uvedeny v následujícím grafu na další stránce.

Graf 14: Podání podnětu ke kontrole

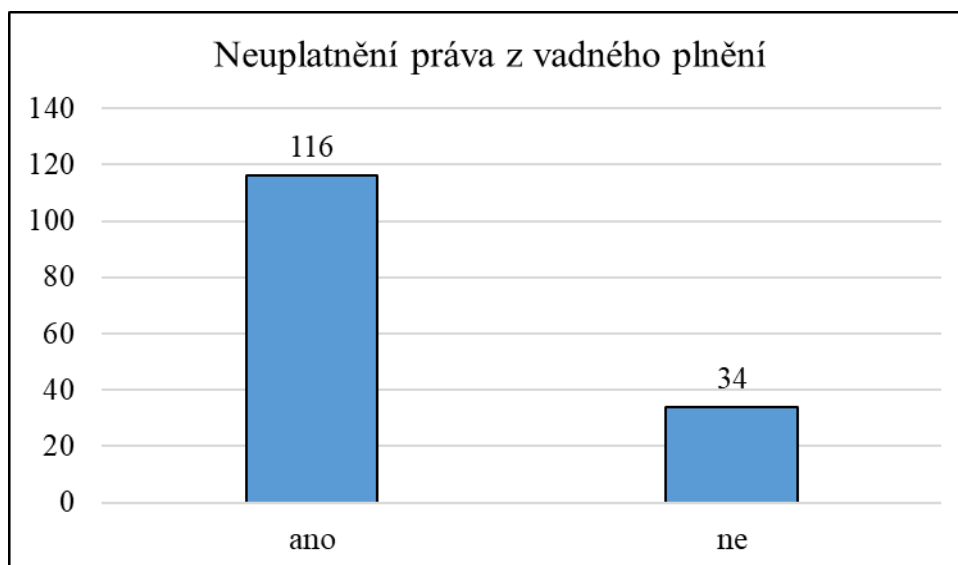


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 13: Stalo se Vám, že po nákupu potravin jste doma zjistili nějakou závadu (např. plíseň) a přes to, že jste měli pocit, že máte právo na reklamaci (výměnu, náhradu a podobně) jste problém nijak neřešili?

Otázka č. 13 prověřuje, jestli spotřebitelé vždy reklamují potraviny, pokud s ní není něco v pořádku, nebo zda z nějakého důvodu problém nijak neřeší. Z výsledků vyplývá, že 77 % spotřebitelů se rozhodlo potraviny nereklamovat z nějakého důvodu. Zbylým 23 % se toto doposud buď nestalo, nebo vždy potraviny reklamovali. Otázka také poukazuje na to, že je třeba kontrolovat nakupované potraviny.

Graf 15: Neuplatnění práva z vadného plnění



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 14: Kolikrát za předchozí rok si myslíte, že jste nakoupil/a potravinu s nějakou závadou, která by mohla být předmětem reklamace? Tato otázka byla navazující na **otázku č. 15: Kolikrát za předchozí rok si myslíte, že jste byl/a reklamovat potravinu?** s cílem zjistit, v jaké míře v oblasti potravin lidé uplatňují své právo z vadného plnění.

V následující tabulce, která obsahuje matici 5 x 5 jsou zobrazeny výsledky. Pro její správné pochopení je třeba podrobnější vysvětlení. V tabulce je souhrn odpovědí ze 14. a 15. otázky. V obou těchto otázek byly na výběr stejné odpovědi. Levý sloupec znamená počet nakoupených vadných potravin za předchozí rok a horní řádek kolikrát byla podána reklamace spotřebitelem za předchozí rok. Čísla uvnitř tabulky představují počet spotřebitelů.

Pro přiblížení, prvek v tabulce $a_{3,1}$ znázorňuje, že za předchozí rok 44 spotřebitelů nakoupilo 2 – 4 x vadnou potravinu, ale reklamovat za předchozí rok z nějakého důvodu nebyli ani jednou.

Na zvláštně diagonále, jsou spotřebitelé, kteří dalo by se říct, reklamovali potraviny ze 100 %. Ovšem jelikož jsou hodnoty v uvedených rozmezích, nelze výsledky považovat za úplně přesné, tedy pouze přibližné.

Tabulka 4: Míra uplatnění práv z vadného plnění v oblasti potravin

Počet nakoupených závadných potravin	Počet podaných reklamací				
	0 x	1 x	2 - 4 x	5 - 10 x	Více než 10 x
0	25	0	0	0	0
1	21	9	1	0	0
2 - 4	44	21	8	0	1
5 - 10	5	4	6	0	0
více než 10	4	0	1	0	0

Zdroj: vlastní zpracování

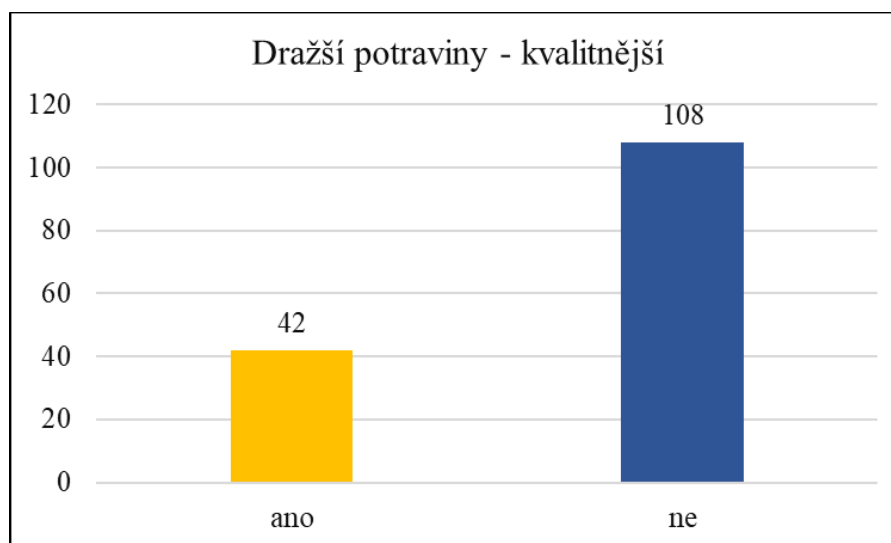
Z tabulky vyplývá, že jsou i tací spotřebitelé, kteří například nakoupili pouze 1 x závadnou potravinu, ale za předchozí rok byli reklamovat závadné potraviny v rozmezí 2 – 4 x. Je ale možné, že mohli reklamovat potravinu za někoho jiného.

Pod zvýrazněnou diagonálou se ukrývají spotřebitelé, které své právo na vadné plnění nevyužívají v plné míře. Takových činí 106 osob.

Otázka č. 16: Věříte, že dražší potraviny jsou potraviny kvalitnější?

Poslední otázka, která je zaměřená na názor spotřebitelů zjišťovala, jestli spotřebitelé vnímají dražší potraviny jako potraviny kvalitnější. Z grafu na první pohled vyplývá, že se spotřebitelé spíše přiklání k tomu, že to tak není. Takových, co odpovědělo záporně je 72 %. Zbýlých 28 % spotřebitelů se domnívá, že tomu tak je. Hodnoty v absolutním vyjádření jsou uvedeny v grafu.

Graf 16: Názor na dražší potraviny, zda jsou kvalitnější



Zdroj: vlastní zpracování

4.2.3. Shrnutí výsledků

Testová část dotazníku

Otázky č. 9, 10, 11 a 12 sloužily k prověření znalostí spotřebitelů v oblasti potravin. Pokud výsledky budeme hodnotit za celý vzorek, úspěšnost by byla následující.

Otázka č. 9: úspěšnost 75 %.

Otázka na rozpoznání klamavé obchodní praktiky. Na tuto otázku 75 % spotřebitelů odpovědělo správně. Z toho zbylých 22 % odpovědělo, že dané pojmy nezná a 3 % odpovědělo, že se jedná o agresivní obchodní praktiku.

Otázka č. 10: úspěšnost 50 %.

Otázka na určení, který typ z uvedených potravin se smí ještě prodávat. Správná odpověď byla potraviny s prošlým datem minimální trvanlivosti. Na tuto otázku odpovědělo pouze 50 % spotřebitelů správně. Zbylých 11 % uvedlo, že se smí prodávat potraviny s prošlým datem použitelnosti a 39 % uvedlo, že z hlediska bezpečnosti potravin žádné z uvedených.

Otázka č. 11: úspěšnost 27 %.

Otázka sloužila k určení záruční lhůty u pekařských výrobků. Správná odpověď byla 24 hodin. Na tuto otázku odpovědělo správně pouhých 27 % spotřebitelů. Zbylých 48 % stanovilo, že záruční lhůta je v tomto případě ihned po zakoupení a 25 % uvedlo, že záruční lhůta činí 12 hodin.

Otázka č. 12: úspěšnost 12 %.

V této otázce měl spotřebitel určit místo, kam by podal podnět ke kontrole v případě závadného masa prodávaného v řeznictví. Správná odpověď byla Státní veterinární inspekci. Na otázku odpovědělo pouhých 12 % dotazovaných správně. 41 % zbylých spotřebitelů uvedlo, že by podalo podnět Státní zemědělské a potravinářské inspekci. Dalších 38 % České obchodní inspekci. 6 % by podnět nepodal nikam, jelikož na to nemají nárok.

V případě celkové úspěšnosti za celý vzorek by výsledek vypadal takto. Všichni spotřebitelé mohli dohromady získat 600 bodů (za každou správně zodpovězenou otázku 1 bod, znalostní otázky byly 4 a počet dotazovaných 150). Všichni spotřebitelé získali dohromady 245 bodů.

Celková úspěšnost za celý vzorek a všechny testové otázky je necelých 41 %.

V případě rozložení celkových výsledků mezi spotřebitele a jejich nejvyššího dosaženého vzdělání, jsou výsledky v následující tabulce.

Tabulka 5: Dosažená úspěšnost respondentů v jednotlivých dosažených vzděláních

Nejvyšší ukončené vzdělání	Počet respondentů a jejich dosažená úspěšnost					Průměrná úspěšnost
	100 %	75 %	50 %	25 %	0 %	
Základní	0	2	7	8	4	33 %
Učňovské/střední bez maturity	0	4	5	14	1	38 %
Střední s maturitou	0	11	31	26	6	41 %
Vyšší odborné	0	1	6	2	1	43 %
Vysokoškolské	0	6	9	6	0	50 %

Zdroj: vlastní zpracování

Pomocí Pearsonova korelačního koeficientu, který je definován vztahem

Obrázek 1: Vzorec Pearsonova korelačního koeficientu

Koeficient korelace r_{xy}

$$r_{xy} = \frac{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x}) \cdot (y_i - \bar{y})}{s_x \cdot s_y}$$

Zdroj: Neubauer et al., 2016

se provedl výpočet pro zjištění míry statistické závislosti. Tento výpočet byl proveden za účelem zjištění, zda nejvyšší dosažené vzdělání u respondentů má vliv na jejich úspěšnost.

V tomto případě hodnota korelace r vyšla: 0,192013.

Výsledná hodnota se blíží k 0. To značí že míra závislosti je zde velmi slabá (Neubauer et al., 2016).

Nelze v tomto případě předpokládat, že úspěšnost respondenta nějak výrazně ovlivňuje jeho dosažené vzdělání.

Část dotazníku zjišťující přehled spotřebitelů

Otázky č. 3, 4 a 6 byly zaměřeny na zjištění znalosti dozorových orgánů, občanských sdruženích a informačních zdrojů pro spotřebitele.

Otázka č. 3: celková znalost dozorových orgánů 55 %.

Jak spotřebitelé znají jednotlivé dozorové orgány v oblasti potravin, bylo popsáno výše. Zde je uveden celkový výsledek za všechny dotazované.

Maximální počet bodů za znalost všech pěti dozorových orgánů, mohl každý spotřebitel získat 5 bodů (za každý 1 bod). Jako celý vzorek mohli získat 750 bodů, kdyby každý dotazovaný znal všechny dozorové orgány. Vzorek získal 411 bodů.

Seřazení od nejznámějšího dozorového orgánu mezi spotřebiteli po nejméně známé.

1. Státní zemědělská a potravinářská inspekce
2. Státní veterinární správa
3. Česká obchodní inspekce
4. Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský
5. Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv

Otázka č. 4: celková znalost informačních zdrojů 24 %.

Jak spotřebitelé znají jednotlivé informační zdroje v oblasti potravin, bylo popsáno výše. Zde je uveden celkový výsledek za všechny dotazované.

Maximální počet bodů za znalost všech pěti informačních zdrojů, mohl každý spotřebitel získat 5 bodů (za každý 1 bod). Jako celý vzorek mohli získat 750 bodů. Vzorek však získal 181 bodů.

Pořadí od nejznámějšího po nejméně známého je následující:

1. Časopis a organizace dTEST
2. Evropské spotřebitelské centrum
3. Potravina na pranýři
4. Férpotravina
5. Systém pro rychlou výměnu RASSF.

Co se týče využití 46 % spotřebitelů někdy využilo či využívá alespoň 1 z informačních zdrojů.

Otázka č. 6: celková znalost občanských sdružení 22 %.

Jak spotřebitelé znají jednotlivá občanská sdružení, bylo popsáno výše. Zde je uveden celkový výsledek za všechny dotazované.

Maximální počet bodů za znalost všech pěti uvedených občanských sdružení, mohl každý spotřebitel získat 5 bodů (za každý 1 bod). Jako celý vzorek mohli získat 750 bodů. Vzorek však získal 166 bodů.

Z pohledu využití, občanské sdružení využilo 9 ze 150 dotazovaných.

Pro zajímavost, všichni spotřebitelé mohli získat dohromady 2250 bodů. Pokud by všech 150 spotřebitelů znalo veškeré uvedené dozorové orgány, informační zdroje a spotřebitelská sdružení (to dohromady činí 15 možností a za každý 1 bod). Spotřebitelé tak získali dohromady 758 bodů. Celková znalost činí 34 %.

V případě rozložení výsledků mezi spotřebitele a jejich nejvyššího dosaženého vzdělání jsou výsledky uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 6: Dosažená znalost respondentů v rámci dosažených vzděláních

Nejvyšší ukončené vzdělání	Počet respondentů a jejich dosažená znalost					Průměrná úspěšnost
	76 - 100 %	51 - 75 %	26 - 50 %	1 - 25 %	0 %	
Základní	0	1	8	8	2	25 %
Učňovské/střední bez maturity	0	0	17	5	2	29 %
Střední s maturitou	0	11	49	13	0	36 %
Vyšší odborné	0	2	6	2	0	39 %
Vysokoškolské	0	5	12	5	0	38 %

Zdroj: vlastní zpracování

Pomocí Pearsonova korelačního koeficientu, se provedl výpočet pro zjištění míry statistické závislosti. Tento výpočet byl proveden za účelem zjištění, zda nejvyšší dosažené vzdělání u respondentů má vliv na jejich znalost v uvedených oblastech.

V tomto případě hodnota korelace r vyšla: 0,257154.

Hodnota r zde vyšla vyšší než u předchozího výpočtu. Opět se však nejedná o významnou hodnotu a nelze tedy předpokládat, že přehled respondentů v dané problematice nějak výrazně ovlivňuje jeho dosažené vzdělání.

V obou výpočtech není vyloučeno, že může existovat jiný parametr než nejvyšší dosažené vzdělání, který by mohl výrazněji ovlivňovat dosažené výsledky jednotlivých spotřebitelů.

4.3. Zhodnocení výzkumné otázky

Před samotným dotazováním byla stanovena výzkumná otázka, která zněla: jaký mají spotřebitelé názor na ochranu spotřebitele v oblasti potravin a jaký je jejich přehled a znalost v této oblasti? Cílem bylo zjistit, jaký mají spotřebitelé názor na roli státních institucí zajišťující ochranu spotřebitele, jak se spotřebitelé orientují v problematice potravin a zda by v některých situacích postupovali správně. Prověřované znalosti se z větší části stahovali na témata probíraná v teoretické části.

Podle respondentů státní instituce zajišťují dobrou a průměrnou ochranu spotřebitele. Většina respondentů tedy pocituje, že by státní instituce mohly ještě posílit ochranu spotřebitele. V případě těchto odpovědí bylo chybné nezařadit ještě otázku, co by podle nich rádi zlepšili v této oblasti.

Co se týče přehledu respondentů, kdy přehled představoval znalost vybraných dozorových orgánů, občanských sdružení a informačních zdrojů, byla celková znalost za všechny dohromady nižší než poloviční. Spotřebitelé znali nejlépe dozorové orgány. Konkrétně nejznámější mezi spotřebiteli byla Státní zemědělská a potravinářská inspekce, kterou znalo 137 respondentů. Potom následoval už nižší přehled v informačních zdrojích, kdy neznámějším zdrojem v tomto případě byl časopis a organizace dTEST, který znalo 93 respondentů. Nejméně známá byla občanská sdružení, kdy nejznámějším sdružením mezi spotřebiteli bylo Občanské sdružení spotřebitelů TEST, které znalo 61 respondentů.

V případě testové části, kdy byl každý spotřebitel prověřován v různých konkrétních případech uvedených v dotazníku, byla celková úspěšnost respondentů za

všechny otázky nižší než poloviční. Nejlépe si respondenti vedli v rozpoznání klamavé obchodní praktiky. Nejhůře by si však poradili s podáním podnětů ke kontrole, kdy 88 % spotřebitelů by podalo podnět z uvedeného příkladu špatnému dozorovému orgánu, nebo ho nepodalo vůbec.

I přes to, že dvě otázky zahrnovaly příklady, se kterými se spotřebitelé mohou setkávat často v obchodech, ani tam nebyla úspěšnost nijak významná. Polovina věděla, že se v obchodech smí prodávat ještě výrobky s prošlým datem minimální trvanlivosti a přibližně jedna čtvrtina spotřebitelů by správně věděla, že může reklamovat pekařské výrobky v případě závady do 24 hodin po jejich zakoupení.

Co se týče uplatňování práva z vadného plnění v rámci potravin, dotazníkové šetření prokázalo, že 74 osob z nějakého důvodu neuplatnilo vůbec za předchozí rok svoje právo z vadného plnění, přestože několikrát minulý rok nakoupily závadné potraviny. Dalších 32 osob závadné potraviny za předchozí rok reklamovaly, ale ne všechny, které by mohly.

Z hodnocení výzkumné otázky vyplývá, že i když většina spotřebitelů vnímá ochranu spotřebitele za ne úplně dostačující, sami nemají dostatečný přehled o svých možnostech a právech v dané problematice.

5. Závěr

Cílem bakalářské práce byla především analýza ochrany spotřebitele v oblasti potravin a zjištění úrovně znalosti potravinového práva u českých spotřebitelů.

Ochrana spotřebitele byla rozebrána především v literární rešerši. Bylo zjištěno, že na jedné straně zajišťuje ochranu spotřebitele zejména stát a na straně druhé zajišťují tuto ochranu neziskové organizace. Stejně jako prodávající, tak i spotřebitelé mají svá práva a povinnosti, které by měly být uplatňovány a dodržovány. Pro kontrolu dodržování právních předpisů v oblasti potravin působí v České republice dozorové orgány.

Jak už bylo řečeno, potravinové právo zahrnuje širokou oblast zkoumání, a proto byla v praktické části zahrnuta jen ta témata, která byla obsažena v teoretické části. Informace pro tuto část, byly získány pomocí dotazníkového šetření, kdy výběrovým souborem bylo sto padesát českých spotřebitelů. Stanovená výzkumná otázka měla prověřit respondenty především v jejich znalostech v oblasti ochrany spotřebitele a potravin.

Na základě výsledků získaných dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že spotřebitelé mají lepší znalost v dozorových orgánech, než v občanských sdruženích a informačních zdrojích určené samotným spotřebitelům, které ve většině případech poskytují neziskové organizace. Dále bylo zjištěno, že spotřebitelům se zdá ochrana spotřebitelé ne zcela stoprocentní. Sami však nemají úplný přehled či znalosti, k tomu, aby v některých situacích konali správně. Dalším znepokojivým zjištěním byl počet spotřebitelů, který za předchozí rok nakoupil několik závadných potravin, které by mohly být předmětem reklamace. Překvapivým zjištěním bylo, že čeští spotřebitelé kontrolují a mají zájem o složení potravin. Nejvíce zjišťují v tomto případě obsah masa. Podrobnější výsledky dotazníku jsou však uvedené v kapitole vyhodnocení dotazníkového šetření.

Zajímavé je, že většině respondentům byly nejvíce známy takové orgány, informační zdroje apod., o kterých bývá často slyšet v rádiích, na internetu a celkově v médiích. Z toho vyplývá, že média hrají pro informovanost spotřebitelů významnou roli.

I. Summary and keywords

This thesis describes the rights and obligations of consumers who are the part of the international trade. It focuses on consumers protection of the Czech Republic and the European Union. Legislation of the country should be able to ensure food safety. The consumer protection law ensures consumer protection in the Czech Republic and provides help with business practices such as unfair commercial practice. There are also supervisory authorities in the Czech Republic for example the Czech Agriculture and Food Inspection Authority and The State Veterinary Administration. These supervisory authorities supervise food safety.

In the twenty-first century more people trade online with less personal interaction. The quality of consumer information and their knowledge becomes very important.

The marketing research aims to analyse consumer protection in articles of food and find out the level of knowledge of food law. A research instrument is a questionnaire. The thesis includes a summarization of the work results.

Keywords: consumer protection, consumer information, unfair commercial practice, food safety, food law.

II. Seznam použitých zdrojů

Publikace:

1. Babička, L. (2012): *Průvodce světem potravin* (3rd ed.), Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin.
2. Doležalová, H. (2012). *Základy jakosti*. V Českých Budějovicích: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.
3. Hes, A., Šálková, D., Regnerová, M., & Toth, Š. (2013). *Obchodní nauka*. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta.
4. Kozel, R., Mynářová, L., & Svobodová, H. (2011). *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu* ([1. vyd.]). Praha: Grada.
5. Neubauer, J., Sedlačík, M., & Kříž, O. (2016). *Základy statistiky: aplikace v technických a ekonomických oborech* (2., rozšířené vydání). Grada.
6. Příbová, M. (1996). *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada.
7. Srbová, A., & Vojtko, V. (2011). *Spotřebitelské teorie a realie*. České Budějovice: Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity
8. Švarcová, M. (2016). *Základní principy marketingu*. Praha: Idea Servis.
9. Tremlová, B., & Javůrková, Z. (2014). *Řízení kvality a bezpečnost potravin* (Veterinární a farmaceutická univerzita). Brno.

10. Veber, J. & kol. (2002). *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele* (1st ed.), Praha: Grada Publishing.
11. Veber, J. (2007). *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele* (2., aktualiz.). Grada.

Internetové zdroje:

12. dTest, o.p.s. (2019). *Kdo jsme*. Dostupný z: <https://www.dtest.cz/clanek-5202/kdo-jsme?pdf=1>
13. EPRAVO.CZ, a. s. (2013). *Potravinové právo*. Dostupný z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/potravinove-pravo-92954.html>
14. Evropské spotřebitelské centrum. (2017). *Ochrana osobních údajů*. Dostupný z: <https://evropskyspotrebitel.cz/o-nas/ochrana-osobnich-udaju/>
15. FÉR potravina. (2020). *Kdo jsme*. Dostupný z: <https://www.ferpotravina.cz/o-nas>
16. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. (2016a). *Deset základních pravidel ochrany spotřebitele v EU*. Dostupný z: <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/eu-a-spotrebitel/aktuality-z-eu/deset-zakladnich-pravidel-ochrany-spotrebitele-v-eu--6758/>
17. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. (2016b). *Působnost ministerstva*. Dostupný z: <https://www.mpo.cz/dokument1926.html>
18. Ministerstvo zdravotnictví ČR. (2018). *Zpráva o činnosti oboru hygieny výživy a předmětů běžného užívání za rok 2016*. Dostupný z: http://www.mzcr.cz/Verejne/dokumenty/zprava-o-cinnosti-oboru-hygieny-vy-zivy-a-predmetu-bezneho-uzivani-za-r-ok-2016_14894_2634_5.html

19. Ministerstvo zemědělství ČR. (2018a). *Dozorové orgány*. Dostupný z: <http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/bezpecnost-potravin/kontrola-potravin-a-krmiv/>
20. Ministerstvo zemědělství ČR. (2018b). *Systém rychlého varování pro potraviny a krmiva (RASFF)*. <http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/bezpecnost-potravin/system-rychleho-varovani-pro-potraviny/>
21. Ministerstvo zemědělství ČR. (2019a). *Kontroly potravin v české tržní síti*. Dostupný z: <http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/bezpecnost-potravin/kontroly-potravin-v-ceske-trzni-siti.html>
22. Ministerstvo zemědělství ČR. (2019b). *Biopotraviny*. Dostupný z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktualni-temata/biopotraviny/>
23. Právní prostor. (2018). *Potravinové právo a jeho zajímavosti*. Dostupný z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/ostatni-pravo/potravinove-pravo-a-jeho-zajimavosti>
24. Státní veterinární správa. (2017). *Státní veterinární správa uložila v loňském roce pokuty*. Dostupný z: <https://www.svscr.cz/statni-veterinari-sprava-ulozila-v-lonskem-roce-pokuty-za-rekordnich-285-mil-kc/>
25. Státní veterinární správa. (2018). *O státní veterinární správě*. Dostupný z: <https://www.svscr.cz/>
26. Státní veterinární správa. (2020). *Výsledky kontrol*. Dostupný z: <https://www.svscr.cz/category/potraviny/vysledky-kontrol/>
27. Státní zemědělská a potravinářská inspekce. (2016). *Hodnocení subjektu jako provozovatele potravinářského podniku*. Dostupný z: <http://www.szpi.gov.cz/clanek/hodnoceni-subjektu-jako-provozovatele-potravinarskeho-podniku.aspx> ..

28. Státní zemědělská a potravinářská inspekce. (2018). *Kontrolní činnost SZPI*. Dostupný z: <http://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrolnicinnost-szpi.aspx?q=Y2hudW09MQ%3d%3d>
29. Státní zemědělská a potravinářská inspekce. (2019). *Informace o projektu Potraviný na pranýři*. Dostupný z: <https://www.szpi.gov.cz/clanek/informace-o-projektu-potravin-y-na-pranyri.aspx>
30. Státní zemědělská a potravinářská inspekce. (2020). *Kontrolní činnost SZPI*. Dostupný z: <https://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrolni-cinnost-szpi.aspx?q=Y2hudW09MQ%3d%3d>
31. UNCTAD (2018). *Manual on consumer protection*. Dostupný z: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1_en.pdf
32. Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv. (2017). *Činnost ústavu*. Dostupný z: <http://www.uskvbl.cz/cs/agentura/innost-ustavu>
33. Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv. (2018). *o ÚSKVBL*. Dostupný z: <http://www.uskvbl.cz/index.php>
34. Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv. (2020). *Inspekce*. Dostupný z: <http://www.uskvbl.cz/cs/inspekce>

Právní předpisy:

35. *Nařízení Evropského Parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004, o úředních kontrolách* (2018). Dostupný z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex%3A32004R0882>
36. *Nařízení Evropského Parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011, o poskytování informací o potravinách spotřebitelům*. (2018). Dostupný z: <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/CS/TXT/?uri=celex%3A32011R1169%20>

37. *Občanský zákoník 2012* (2019). Dostupný z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>
38. *Obchodní zákoník 1991* (2018). Dostupný z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-513>
39. *Regulation (EC) No 178/2002 of the European Parliament and of the Council, laying down the general principles and requirements of food law, establishing the European Food Safety Authority and laying down procedures in matters of food safety.* (2020). Dostupný z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R0178&qid=1587127108756&from=EN>
40. *Zákon o ochraně spotřebitele 1992* (2019). Dostupný z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-634>
41. *Zákon o ochraně veřejného zdraví 2000* (2018). Dostupný z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-258>
42. *Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997* (2018).
Dostupný z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-110>
43. *Zákon o Ústředním kontrolním a zkušebním ústavu zemědělském 2002* (2018).
Dostupný z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2002-147>
44. *Zákon o veterinární péči 1999* (2018). Dostupný z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1999-166>

III. Seznam grafů, obrázků a tabulek

Seznam grafů

Graf 1: Zastoupení respondentů podle pohlaví.....	34
Graf 2: Zastoupení respondentů podle nejvyššího dosaženého vzdělání	35
Graf 3: Zastoupení respondentů z pohledu socioekonomického statusu.....	36
Graf 4: Názor spotřebitelů na roli státních institucí.....	37
Graf 5: Vyhledávání informací v zákoně o ochraně spotřebitele	38
Graf 6: Znalost dozorových orgánů	39
Graf 7: Znalost informačních zdrojů	40
Graf 8: Využití informačních zdrojů	41
Graf 9: Znalost občanských sdružení.....	42
Graf 10: Využití občanských sdružení.....	43
Graf 11: Neoprávněné užívání značky jakosti.....	44
Graf 12: Která uvedená potravina se smí prodávat.....	45
Graf 13: Záruční lhůta pro reklamování potraviny (pekařské výrobky).....	46
Graf 14: Podání podnětu ke kontrole	47
Graf 15: Neuplatnění práva z vadného plnění	48
Graf 16: Názor na dražší potraviny, zda jsou kvalitnější.....	49

Seznam obrázků

Obrázek 1: Vzorec Pearsonova korelačního koeficientu.....	51
---	----

Seznam tabulek

Tabulka 1: Počet respondentů ve věkových kategoriích	34
Tabulka 2: Dosažené vzdělání v jednotlivých věkových kategoriích	35
Tabulka 3: Zájem o obsah potravin	43
Tabulka 4: Míra uplatnění práv z vadného plnění v oblasti potravin	49
Tabulka 5: Dosažená úspěšnost respondentů v rámci dosažených vzděláních ..	51

IV. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník určený spotřebitelům

Přílohy

Příloha 1: Dotazník pro spotřebitele

Dotazník Ochrana spotřebitele v oblasti potravin

Vážení respondenti,

jmenuji se Edita Věženská a studuji na Ekonomická fakultě Jihočeské univerzity a ráda bych Vás požádala o vyplnění dotazníku, který byl zhotoven k mé bakalářské práci na téma ochrany spotřebitele v oblasti potravin.

Vaše odpovědi zaznamenávejte prosím tak, že zakřížkujete jednu či více možností. Dotazník obsahuje 20 otázek a měl by Vám zabrat maximálně 10 minut. Odpovědi Vámi zaznamenané jsou anonymní.

V případě nějakých nejasností mě můžete kontaktovat na e-mailu edita.vezenska@seznam.cz.

Děkuji za Váš čas.

1. Jaký je Váš názor na roli státních institucí v oblasti ochrany spotřebitele?

- Zajišťuje velmi dobrou ochranu spotřebitele. (Není co zlepšovat.)
- Zajišťuje dobrou ochranu spotřebitele. (Něco by se dalo zlepšit.)
- Zajišťuje průměrnou ochranu spotřebitele. (Hodně by se dalo zlepšit.)
- Nezajišťuje dostatečnou ochranu spotřebitele. (Většinu by bylo třeba zlepšit.)

2. Vyhledával/a jste někdy informace v zákoně o ochraně spotřebitele?

- Ano
- Ne

3. Zaškrtněte všechny dozorové orgány, které znáte.

- Státní zemědělská a potravinářská inspekce
- Státní veterinární správa
- Orgány ochrany veřejného zdraví (např. krajské hygienické stanice, ministerstvo zdravotnictví..)

- Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský
- Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv

4. O kterých z níže uvedených informačních zdrojů jste někdy slyšel/a?

- Evropské spotřebitelské centrum
- Časopis a organizace dTEST
- Férpotravina
- Systém pro rychlou výměnu informací RASFF
- Potravina na pranýři
- Zním jiné týkající se potravin. Uveďte jaké:

.....

**5. Použil/a jste někdy alespoň jeden z informačních zdrojů ze 4. otázky?
(Např. vyhledával konkrétní potravinu, aktuality a podobně.)**

- Ano
- Ne

6. O kterých z níže uvedených občanských sdruženích jste někdy slyšel/a?

- Občanské sdružení spotřebitelů TEST
- Sdružení obrany spotřebitelů - Asociace, z. s. (SOS)
- Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska
- Sdružení českých spotřebitelů (SČS)
- Spotřebitel net
- Neznám žádný z uvedených.

7. Využil/a jste někdy služeb, některého z občanského sdružení?

- Ano
- Ne

8. Při nákupu potravin, zajímáte se či kontrolujete něco z níže uvedených?

- Přidatné látky a aditiva (éčka)

- Výživové hodnoty (vitamíny, množství cukru, tuku, vápníku apod.)
- Energie (kJ/kcal)
- Alergeny
- Původ potraviny
- Obsah masa
- Obsah tuku
- Obsah jiné složky
- Zajímáte se o něco jiného či dalšího? Napište o co:

.....

- Nezajímám se.

9. V případě, že podnikatel neoprávněně používá značku jakosti, víte, čeho se dopouští?

- Klamavé obchodní praktiky
- Agresivní obchodní praktiky
- Nevím. Neznám tyto pojmy.

10. Které níže uvedené potraviny se mohou n obchodě ještě prodávat?

- Potraviny s prošlým datem minimální trvanlivosti – „minimální trvanlivost do“
- Potraviny s prošlým datem použitelnosti – „spotřebujte do“
- Z hlediska bezpečnosti potravin žádné z uvedených.

11. Víte jaká je záruční doba pro reklamování potraviny, která nemusí být označena datem minimální trvanlivosti či dobou použitelnosti (např. pekařské výrobky)?

- Ihned po zakoupení.
- 12 hodin.
- 24 hodin.

12. V případě, že by v řeznictví prodávali závadné maso, kam byste podal/a podnět ke kontrole?

- Státní zemědělská a potravinářská inspekce
- Státní veterinární správa
- Česká obchodní inspekce
- Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský
- Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv
- Nikam. Jako občan nemám nárok podávat podnět ke kontrole.

13. Stalo se Vám, že po nákupu potravin jste doma zjistili nějakou závadu (např. plíseň) a přes to, že jste měli pocit, že máte právo na reklamaci (výměnu, náhradu a podobně) jste problém nijak neřešili?

- Ano
- Ne

14. Kolikrát za rok si myslíte, že jste nakoupil/a potravinu s nějakou závadou, která by mohla být předmětem reklamace?

- 0 krát
- 1 krát
- 2 - 4 krát
- 4 – 10 krát
- Více než 10 krát

15. Kolikrát za rok si myslíte, že jste byl/a reklamovat potravinu?

- 0 krát
- 1 krát
- 2 - 4 krát
- 4 – 10 krát
- Více než 10 krát

16. Věříte, že dražší potraviny jsou potraviny kvalitnější?

Ano

Ne

17. Vaše pohlaví?

Muž

Žena

18. Kolik je Vám let?

0 - 20

21 - 30

31 - 40

41 - 50

51 - 60

61 +

19. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Základní

Učňovské/Střední bez maturity

Střední s maturitou

Vyšší odborné

Vysokoškolské

20. Jaký je Váš statut?

Zaměstnaný/a

Nezaměstnaný/á

Studující

V domácnosti

V důchodu

Materská/rodičovská dovolená