

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2016

Kateřina Kinclová



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

Povinné údaje na obalech potravinářských výrobků

Vypracoval: Kateřina Kinclová
Vedoucí práce: Ing. Bc. Alena Srbová, Ph.D.

České Budějovice 2016

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina KINCLOVÁ**
Osobní číslo: **E12429**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Povinné údaje na obalech potravinářských výrobků**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Návrhy na zlepšení informovanosti spotřebitelů o povinných údajích na obalech potravinářských výrobků s využitím výsledků z terénního výzkumu včetně ekonomického zhodnocení.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Provedení terénního výzkumu
3. Zhodnocení výzkumu z hlediska ochrany spotřebitele
4. Závěr a interpretace výsledků

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z realizovaných průzkumů. 5. Závěr. 6. Seznam literatury. 7. Přílohy. 8. Resumé.

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

- Dupal, L., Michalová, I., & Novák, K. (2005). *Rádce spotřebitele 1 - rizika při nákupu*. Brno: CP Books.
- Hulva, T. (2006). *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI Publishing.
- Hulva, T. (2006). *Právo ochrany spotřebitele pro nepravvníky: otázky a odpovědi*. Praha: ASPI Publishing.
- Klabusayová, N., Burdiláková, R., & Zlámalová, J. (2009). *Ochrana spotřebitele: geneze a současnost*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava.
- Otnes, C., & Tuncay - Zayer, L. (2012). *Gender, culture, and consumer behavior*. New York: Routledge.
- Srbová, A., & Vojtko, V. (2011). *Spotřebitelské teorie a realie*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Č. Budějovicích, Ekonomická fakulta.
- Tomančáková, B. (2011). *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde.
- Klescht, V., Hrnčířiková, I., & Mandelová, L. (2006). *Éčka v potravinách*. Brno: Computer Press.
- Příbová, M. (2006). *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada.
- Veber, J. (2007). *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. Praha: Grada.
- Pollmer, U., & Schmelzer - Sandtner, B. (2001). *Šokující pravda o výrobě potravin, aneb, co byste měli vědět před nákupem potravin?: šílené krávy to není všechno*. Olomouc: Fontána.
- Hes, A., & kolektiv, (2008). *Chování spotřebitele při nákupu potravin*. Praha: Alfa.
- Vysekalová, J. (2011). *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky*. Praha: Grada.
- Zákon č. 110/1997 SB., o potravinách a tabákových výrobcích

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Bc. Alena Srbová
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 10. ledna 2014
Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2015

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

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

Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 27. ledna 2014

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma Povinné údaje na obalech potravinářských výrobků jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích 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 13. 04. 2016

.....

Kateřina Kinclová

Poděkování

Ráda bych poděkovala své vedoucí bakalářské práce Ing. Bc. Aleně Srbové, Ph.D. za odborné vedení při bakalářské práci, užitečné a cenné rady, které mi pomohly k vytvoření práce, ochotu pomoci, vstřícnost a trpělivost.

Dále bych ráda poděkovala všem respondentům, kteří se účastnili dotazníkového šetření., a panu Ing. Romanu Knopovi za ochotu zúčastnit se hloubkového rozhovoru

Obsah

1	Úvod	6
2	Literární rešerše	7
2.1	Vymezení základních pojmů	7
2.2	Ochrana spotřebitele v ČR	11
2.2.1	Informační zdroje v oblasti ochrany spotřebitele	12
2.2.2	Ministerstva a dozorové orgány	13
2.2.3	Spotřebitelské organizace	17
2.2.4	Legislativní předpisy	17
2.3	Oblast potravin v ČR	19
2.3.1	Strategie bezpečnosti potravinových výrobků	19
2.3.2	Potravinová legislativa	22
2.4	Údaje na obalech potravin	23
2.4.1	Povinné údaje	23
2.4.1.1	Balené potraviny	24
2.4.1.2	Balené potraviny – obal menší než 80 cm ²	30
2.4.1.3	Nebalené potraviny	31
2.4.2	Nepovinné údaje	32
2.5	Marketingový výzkum	35
2.5.1	Pojem marketingový výzkum a jeho proces	35
2.5.2	Výzkumné metody	35
3	Cíl, hypotézy a metodika práce	40
3.1	Cíl práce	40
3.2	Hypotézy	40
3.3	Metodika	40
4	Praktická část / vlastní výzkum	41
4.1	Plán výzkumu	41

4.2	Zhodnocení dotazníku	42
4.3	Zhodnocení hypotéz	66
4.4	Hlubkový rozhovor	68
4.5	Návrhy a zlepšení	71
5.	Závěr	76
I.	Summary and key words	78
II.	Seznam použitých zdrojů:	79
III.	Seznam tabulek a grafů	4
IV.	Seznam příloh	6
V.	Přílohy	7

1 Úvod

Bakalářská práce je zaměřena na téma: „Povinné údaje na obalech potravinářských výrobků.“ Je důležité, aby spotřebitel věděl, jaké povinné označení na potravinách existuje a díky tomu se mohl řádně rozhodnout, jakou potravinu si koupí. Následující téma se zabývá potravinovou legislativou, která s touto problematikou úzce souvisí.

Tato bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. První část je zaměřena na teoretická východiska, kde jsou více rozebrány základní pojmy daného tématu. Kromě označování potravin, je podstatné pochopit úzce související téma ochrana spotřebitele, které je zde představeno. Dále jsou zde popisovány instituce zabezpečující ochranu spotřebitele a legislativní předpisy. Hlavní náplní je oblast potravin v České republice, kde je uvedena potravinová strategie, legislativní předpisy zkoumající označování potravin, a jsou detailně popsány povinné údaje na obalech potravin.

Součástí této práce je i praktická část, která se zaměřuje na dotazníkové šetření a hloubkový rozhovor s pracovníkem Státní zemědělské a potravinové inspekce. Dotazník je vytvořen na základě aplikování literární rešerše do praxe, který později zkoumá informovanost respondentů v různých částech České republiky. Pomocí analyzování dat byly navrženy návrhy a zlepšení problému vyplívající z průzkumu.

Označování potravin a převážně povinné údaje na obalech jsou mladou problematikou, kterou se ČR začala zabývat, a proto spoustu spotřebitelů nemá o tomto tématu povědomí. Je nezbytné, aby byl spotřebitel dostatečně o této problematice informován. Cílem této práce je zvýšení povědomí o povinných údajích na obalech potravin a tím snížit riziko klamání spotřebitele a umožnit mu vhodnou možnost volby.

2 Literární rešerše

2.1 Vymezení základních pojmů

V níže uvedeném textu pro objasnění problematiky dané bakalářské práce jsou definovány pojmy, které se zde vyskytují.

Spotřebitel, jeho práva a povinnosti

Upřesnění pojmu „spotřebitel“ je nedílnou součástí pro pochopení problematiky ochrany spotřebitele. Spotřebitelem je každý člověk, který službu nebo zboží používá nebo užívá, ale zároveň je nemusí nutně nakupovat. Z tohoto je patrné, že spotřebitelem jsme již od narození, a proto je důležité se ochranou spotřebitele zabývat.

Dle zákona o ochraně spotřebitele se jedná: „o fyzickou osobu. Tato osoba nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, § 2).

Naopak v novém občanském zákoníku je: „spotřebitel každý člověk, který uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jedná, ale ne v rámci podnikatelské či jiné obchodní činnosti“ (Občanský zákoník 2012, 2015, §419).

Protože spotřebitelem je každý člověk, který svým jednáním a chováním ovlivňuje ekonomická rozhodnutí a širokou veřejnost. Je tedy důležité se zabývat otázkou jejich práv, ale i zároveň povinnostmi.

Každý spotřebitel má právo na: základní potřeby (strava, oblečení, hygiena, bydlení, zdravotní péče a vzdělání), bezpečnost, informovanost, možnost volby, zastoupení, nápravu, vzdělání, zdravé prostředí.

Tyto práva se snaží chránit spotřebitele před klamavou reklamou, před výrobky, které by mohli ohrozit jejich zdraví a zároveň se snaží prohloubit vzdělání na jejich ochranu, a tím pádem i možnost správně porovnat, zda zboží odpovídá kvalitě a ceně.

Zároveň jsou i povinnosti, kterými se každý musí řídit. Nedílnou součástí je, aby jeho rozhodnutí mělo správný dopad na životní prostředí, vzájemně podporovat zájmy své i společnosti, jednat v etickém zájmu s prodávajícími a zároveň mít povědomí v otázkách ceny a kvality zboží.

Všechna tato práva a povinnosti vedou k jednomu cíli, a to uchránit spotřebitele před nekalými praktikami ze strany obchodníka, ale zároveň svým jednáním zmenšit špatný vliv na život ostatních (Horová, 2004).

Prodávající a jeho práva a povinnosti

Na druhé straně se nachází taky pojem prodávající, který je chápán jako osoba, která je v kontaktu se zákazníky a snaží se svým jednáním prodat výrobek nebo službu, která by sloužila k uspokojování potřeb zákazníka (Strategie.cz, 2007)

Dle zákona pro ochranu spotřebitele je prodávající definován jako: „*Podnikatel, který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby*“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §2).

Mezi jeho povinnosti patří:

- „*Prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře a množství a zároveň umožnit spotřebiteli překontrolovat si tyto údaje a jejich správnost*“
- „*Prodávat výrobky a poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, pokud je závažně stanovena, nebo pokud vyplývá ze zvláštních předpisů nebo v jakosti jím uváděné či v jakosti obvyklé*“
- „*Prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny domluvené v souladu s cenovými předpisy a ceny při prodeji výrobků nebo poskytování služeb správně účtovat. Při konečném účtování výrobku nebo služby v hotovosti se celková hodnota zaokrouhlí vždy k nejbližší platné nominální hodnotě peněz v oběhu*“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §3).
- „*Prodávající nesmí při prodeji výrobku nebo poskytování služeb spotřebitele diskriminovat*“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §6).
- „*Zákaz výroby, dovozu, vývozu, nabízení, prodeje a darování výrobku nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami*“.
- „*Jednoznačně informovat spotřebitele o ceně prodáváných výrobků nebo poskytovaných služeb v okamžiku nabídky*“.
- „*Je povinen řádně informovat spotřebitele o vlastnostech prodáváných výrobků a poskytovaných služeb, o způsobu použití a údržby výrobku a o nebezpečí, které*

vyplývá z jeho nesprávného použití nebo údržby, i o riziku souvisejícím s poskytovanou službou. Jestliže je nutné vzhledem k povaze výrobku, způsobu a době užívání, povinně přiložit k výrobku srozumitelný písemný návod v českém jazyce“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §8).

- „Dále musí zajistit, aby jím prodané výrobky byly přímo viditelně a srozumitelně označeny (označením výrobce, dovozce nebo popřípadě dodavatele, název výrobku, velikost, množství, hmotnost, popřípadě rozměru, dalšími údaji potřebnými dle povahy výrobku k jeho identifikaci, popřípadě užití, též i údaje o materiálovém složení jedná-li se o obuv“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §10).
- „Při prodeji zboží nebo poskytování služeb elektronickými prostředky prostřednictvím internetových stránek je prodávající povinen spotřebitele předem zřetelným způsobem informovat o tom, zda platí nějaká omezení pro dodání zboží nebo poskytnutí služby a jaké způsoby platby jsou přijímány“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §11).
- „Je povinen spotřebitele řádně informovat o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění práva z vadného plnění (reklamace), spolu s údaji o tom, kde lze reklamaci uplatnit“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §13).
- „Umožňuje-li to povaha výrobku a forma prodeje, je prodávající povinen na žádost spotřebitele výrobek překontrolovat nebo předvést“.
- „Prodávající je povinen vydat na žádost spotřebitele doklad o zaplacení výrobku nebo poskytnutí služby s uvedením druhu výrobku nebo služby, data zakoupení výrobku nebo poskytnutí služby a ceny, řádně vyplnit záruční list, řádně informovat spotřebitele o rozsahu, podmínkách a způsobu reklamace, včetně údajů o tom, kde lze reklamaci uplatnit a o provádění záručních oprav; v provozovně musí být po celou otvírací dobu pracovník pověřený přijetím reklamace, který musí rozhodnout o reklamaci ihned, ve složitějších případech do 3 pracovních dnů; v případě vady odstranitelné musí být výrobek opraven do 30 dnů na přijetí reklamace; v případě vady neodstranitelné má spotřebitel

právo na vrácení peněz nebo na jiný výrobek“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §15).

- *„Zákaz neoprávněného používání ekoznačky“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §18).*

Výrobce

Jelikož v bakalářské práci je řešena problematika povinných údajů na obalech potravin, je potřebné si definovat i výrobce a dovozce, protože musí splňovat jistá kritéria při označování potravin.

Dle zákona o ochraně spotřebitelů je výrobce: *„podnikatel, který zhotovil výrobek anebo jeho součást nebo poskytl službu, který vytěžil prvotní surovinu nebo ji dále zpracoval, anebo který se za výrobce označil“ (Zákon o ochraně spotřebitele, 1992, 2015, §2).*

Dle rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 768/2008/ES ze dne 9. července 2008 o společném rámci pro uvádění výrobků na trh je výrobce definován jako: *„Fyzická nebo právnická osoba uvádějící na trh svým jménem nebo ochrannou známkou výrobek, který vyrábí, nebo který si nechává navrhnout nebo vyrobit“ (Rozhodnutí Evropského parlamentu o společném rámci pro uvádění výrobků na trh 2008, 2015,).*

Dovozce

Dle zákona o ochraně spotřebitele je dovozce: *„Každý subjekt, který dodává prodávajícímu výrobek přímo nebo prostřednictvím prostředníka“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §2).*

Dle rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 768/2008/ES ze dne 9. července 2008 o společném rámci pro uvádění výrobků na trh je: *„Fyzická nebo právnická osoba usazená ve Společenství, která uvádí na trh Společenství výrobek ze třetí země“ (Rozhodnutí Evropského parlamentu o společném rámci pro uvádění výrobků na trh 2008, 2015,).*

Výrobek

Dle zákona o ochraně spotřebitele je to: „*Věc či jiná hodnota určená k nabídce spotřebitele a můžou být předmětem právního vztahu*“ (Zákon o ochraně spotřebitele 1992, 2015, §2).

2.2 Ochrana spotřebitele v ČR

Téma ochrana spotřebitele je důležitá k fungování tržního hospodářství a je rozvíjena dvěma způsoby. Na jedné straně je připravena koncepce, která se danou problematikou zabývá, v České republice ji stanovuje Ministerstvo průmyslu a obchodu (dále jen „MPO“), která je pojímána jako spotřebitelská politika s různými názvy, např. Koncepce spotřebitelské politiky, Priority spotřebitelské politiky atd. Na straně druhé na podporu ochrany spotřebitele jsou založena dobrovolná sdružení, která se snaží informovat spotřebitele a vychovávat je ke správnému rozhodování na trhu a také zlepšit povědomí a propagaci zájmu spotřebitelů ve státních orgánech (Jaromír Veber & kol., 2002).

Spotřebitelská politika

Spotřebitelská politika se zabývá zajištěním bezpečnosti výrobků a služeb, kterou doprovází ochrana života, zdraví a majetku spotřebitelů. Tyto priority jsou stanoveny ve spotřebitelské politice 2015 – 2020, která vešla v platnost dne 7. 1. 2015 usnesením č. 5. (Ministerstvo průmyslu a obchodu [MPO], 2005 2015).

Priority spotřebitelské politiky

- Bezpečnost výrobků a služeb na trhu
- Ochrana ekonomických zájmů spotřebitelů
- Dozor nad trhem
- Posílení vymahatelnosti práv
- Spolupráce se spotřebitelskými organizacemi
- Vzdělání a informovanost spotřebitele
- Legislativní oblast a samoregulace

K základní prioritě spotřebitelské politiky se řadí jako už i v minulých letech zajištění bezpečnosti výrobků a služeb, co vede k rozvoji vnitřního trhu EU. V následujících letech se projednává koncepce o tzv. balíčku bezpečnosti výrobků a doзору nad trhem. Dále je zde vyzdvihováno nařízení EP a Rady (EU) č. 1223/2009 o kosmetických produktech, kde se dozorčí orgány zaměřují především na bezpečnost kosmetických výrobků, předmětů a materiálů v kontaktu s potravinami, předmětů a materiálů určeným dětem do věku tří let a v poslední řadě hračky pro děti. (Priority spotřebitelské politiky 2015 – 2020, 2015).

2.2.1 Informační zdroje v oblasti ochrany spotřebitele

Aby se spotřebitel mohl bránit, musí mít k dispozici dostatečně informace o svých právech. Proto v rámci České republiky existuje mnoho informačních zdrojů.

Mezi nejdůležitější zdroje především patří:

- Internetové stránky - www.mpo.cz, www.evropskyspotrebiteľ.cz
- Spotřebitelské časopisy— dTEST, Magazín SOS
- Informační kampaně - „Trvejte na svých právech“, „Podepsat můžeš, přečíst musíš“
- Spotřebitelská sdružení - Evropské spotřebitelské centrum ČR, Sdružení českých spotřebitelů, Asociace občanských poraden, Sdružení spotřebitelů – Asociace (Srbová & Vojtko, 2011)
- Výstražné informační systémy – RAPEX, RASFF

RASFF (Rapid Alert System for Food and Feed)

RASFF je systém rychlého varování pro potraviny a krmiva, jehož hlavní činností je informovat spotřebitele o možném riziku pro lidské zdraví způsobené potravinami nebo krmivy. Tento systém pomáhá sdílet informace mezi členskými státy EU a EFTA (Island, Lichtenštejnsko a Norsko) a Evropským úřadem pro bezpečnost potravin (EFSA)

Tento systém byl založen na základě článku 50 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002, kde byly uzákoněny všechny zásady a práva ohledně bezpečnosti potravin a jejich postupy.

Každá členská země disponuje národním kontaktním místem (NKM), kde dochází k výměně informací o nebezpečných potravinách nebo krmivech. V případě výskytu bezpečnostního rizika u potravin nebo krmiv, musí daný stát neprodleně kontaktovat Evropskou komisi, která tuto informaci předá všem členským zemím prostřednictvím jednoho ze čtyř typů oznámení:

- Varování – v případě, že nabízené potraviny nebo krmiva jsou vysoce nebezpečná pro spotřebitele, a proto se musí rychle jednat.
- Informace – toto oznámení se používá, když se nebezpečné potraviny a krmiva stáhly z trhu a tudíž není potřeba rychlý postup
- Odmítnutí na hranicích – v případě, kdy nebezpečné potraviny a krmiva byly odmítnuty na vnějších hranicích EU a (EHP) kvůli riziku.
- Novinky – do této skupiny všechny informace, které musí být sdíleny o nebezpečnosti potravin, ale nejsou obsaženy v položkách varování či informace, ale jsou důležitou položkou pro kontrolní orgán

V České republice je fungování RASFF upraveno Nařízením vlády č. 98/2005 Sb., a NKM je podle §15 odst. 4 zákona č. 110/97 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích Státní zemědělská a potravinářská inspekce.

Informace ohledně nebezpečných výrobků uveřejňuje Evropská komise každý týden, který je zveřejňován na stránkách Informačního centra bezpečnosti potravin (Informační centrum bezpečnosti potravin, 2015).

2.2.2 Ministerstva a dozorové orgány

Ministerstva, které zaštiťují problematiku ochrany spotřebitele, jsou Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvo zemědělství ČR a Ministerstvo zdravotnictví ČR.

Pod Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR spadají následující dozorové orgány:

- Česká obchodní inspekce
- Živnostenské úřady
- Puncovní úřad
- Státní energetická inspekce
- Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví
- Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva

Pod Ministerstvo zemědělství ČR patří následující dozorové orgány:

- Státní zemědělská a potravinářská inspekce
- Státní veterinární správa České republiky
- Česká plemenářská inspekce

Státní zemědělská potravinářská inspekce (dále jen „SZPI“)

Její hlavní činností je kontrola zejména nad bezpečností, jakostí a řádným označováním potravin a tabákových výrobků a v České republice je tedy jediným orgánem, který se touto problematikou zabývá. Kontroluje zemědělské výrobky, potraviny, tabákové výrobky a na roku 2015 také pokrmů v zařízeních společného stravování. Týká se to nejen výroby a uchování, ale také přepravy, prodeje i dovozu těchto potravin.

Kontrola potravin je stanovena v nové právní úpravě ze zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, z novely zákona č. 146/2002 Sb., o SZPI nebo zákona č. 255/2012 Sb., o kontrole. Tato legislativa je uplatněna ve státech Evropské unie. (Státní zemědělská a potravinová inspekce, 2015)

Jednou z kontrolních činností SZPI je i kontrola označování potravin a výrobků s tím jsou spojené dodržování kvality. Kromě kvality jsou kontrolovány povinné údaje na obalech, jejich pravdivost, kontrola dodržování data minimální trvanlivosti a data použitelnosti.

Podle poslední kontroly v roce 2014 neodpovídalo šarži kolem 1931 potravin a z toho 1528 nevyhovovalo z důvodu označení. Každým rokem se SZPI zaměřuje i na mimořádné a tematické kontroly. Za minulý rok se specializovala přednostně

na označení potravin značkou Klasa, označení lepku na potravinách podle nařízení EU, používání surovin jako sypání nebo náplň v pekařských výrobcích, nahrazování sladidel, obsahu hlavních složek v doplňku stravy a kontroly olivových olejů, medů a cigaret, na které se zaměřovala i v roce 2013 a jiné...

Podle nařízení z roku 2014 musí být povinností na obalech potravinářských výrobků označení alergenů. Hlavní nejproblematictější složkou je lepek, a proto SZPI kontroluje správné označení potravin „bez lepku“ nebo „velmi nízký obsah lepku“. Zároveň se snaží najít alternativu označování alergenu, aby pro spotřebitele byla informovanost co nejjednodušší (např. logo přeškrtnutého klasu). Po kontrole v minulém roce bylo odebráno 40 potravin, které neodpovídaly předpisům.

Dalším cílem SZI za rok 2014 byla kontrola označování a kvalita cigaret, kde byl převážně kontrolován obsah nikotinu, dehtu a oxidu uhelnatého. V této akci bylo zkontrolováno celkem 32 vzorků a pouze 1 vzorek neodpovídal předpisům.

Po kontrolách v předchozích letech se SZPI rozhodla opět zkontrolovat maloobchodní provozovny obchodních řetězců s celostátní působností. Převážně se jednalo o kontrolu právních předpisů z minulých let. V roce 2014 nevyhovělo z 302 potravin 185 šarží. Z uplynulých let tedy se problém opakoval celkem u 47% kontrolovaných. Hlavními nedostatky byly kromě hygieny, plísňe, nedostatečné uchování potravin jednalo také o prošlá data použitelnosti a minimální trvanlivosti.

SZPI má jak kontrolní činnost, ale zároveň může ukládat sankce pro odstranění nedostatků. V roce 2014 byla uložena pokuta za špatné označení potravin balených ve výrobě 338 případů, za prošlá data použitelnosti 620 případů, za nevhodné uchovávání potravin 96 případů, za prošlé datum minimální trvanlivost v 536 případech a nezabezpečení původu 150 případů (Zpráva o činnosti za rok 2014,2015).

Od 1. 1. 2015 spadá na činnost SZPI i kontrola restauračních zařízení. Během kontrol minulého roku se zjistilo, že podmínkám správného označení alergenů nevyhovuje až třetina společných stravovacích zařízení, které neposkytovaly tyto informace strážníkům vůbec, anebo nevyhovujícím způsobem podle legislativy. Mezi největšími problémy bylo zjištěno objevení alergenů v pokrmech, které ale nebyly u tohoto pokrmu uvedeny. Jednalo se především o výskyt hořčice, mléčné bílkoviny, vajec a arašíd. V průzkumu nevyhovoval standardům každý pátý zkoumaný pokrm.

Důvodem neoznačování alergenů byla nevědomost ze strany podniků a zároveň kontaminace jinou potravinou. Sankce za porušení neoznačení alergenů může být až do výše 10 mil. korun podle legislativy (Česká televize, 2015).

Pro lepší povědomí o potravinách s nevyhovující šarží se SZPI naplno věnuje projektu „Potraviny na pranýři“, kde se spotřebitelé o nevyhovujících šaržích potravin dozvědí. Výhodou je, že se tento dozorový orgán snaží o propojení webových stránek se sociálními sítěmi (Facebook, Twitter) a mobilní aplikací, a tudíž více oslovit širokou veřejnost. Jenom za poslední rok navštívilo webové stránky www.potravinynapranryri.cz více než půl milionu návštěvníků a za rok 2014 bylo uveřejněno celkem 592 potravin (Zpráva o činnosti za rok 2014,2015).

Státní veterinární správa (dále jen „SVS“)

Státní veterinární správa je ustanovena podle zákona č. 166/199 Sb. Hlavní činností je ochrana spotřebitele před nebezpečnými výrobky živočišného původu a monitorování a udržování příznivé nálezové situace zvířat, veterinární ochrana na území České republiky, ochrana zvířat a ochrana před týráním zvířat.

Organizační strukturu tvoří Ústřední veterinární správa, krajské veterinární správy, které dohlíží na věci ohledně veterinární péče na českém území, které se shoduje s územními kraji a Městskou veterinární správou v Praze, ta kontroluje krajské veterinární správy na území hlavního města Prahy (Státní veterinární správa, 2015).

Česká plemenářská inspekce

Česká plemenářská inspekce je ustanovena podle zákona č. 154/2000 Sb. o šlechtění, plemenitbě a evidenci hospodářských zvířat. Hlavní činnost tohoto dozorového orgánu je kontrola povinných údajů na hospodaření, kdy se jedná o evidenci a označování zvířat. (Česká plemenářská inspekce, 2015)

Pod Ministerstvo zdravotnictví ČR spadají následující dozorové orgány:

- Státní zdravotní ústav
- Hygienická stanice
- Státní ústav pro kontrolu léčiv

Mezi další dozorové orgány se řadí:

- Český telekomunikační úřad
- Úřad pro ochranu osobních údajů
- Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

2.2.3 Spotřebitelské organizace

V České republice existuje mnoho spotřebitelských organizací, které pomáhají spotřebitelům. Mezi ně se např. řadí:

- Evropské spotřebitelské centrum
- Sdružení českých spotřebitelů
- Asociace občanských poraden
- Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace
- Koalice občanských spotřebitelských aktivit ČR
- Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele
- Západočeské sdružení obrany spotřebitelů

2.2.4 Legislativní předpisy

Mezi hlavní legislativní předpisy pro ochranu spotřebitele spadá zákon o ochraně spotřebitele, občanský zákoník a zákon o cenách.

- **Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele**
 - Tento zákon se zabývá hlavně reklamací a postupem vyřizování. Dále se zaměřuje na dozorové orgány a náplň jejich činnosti. (Zákon o ochraně spotřebitele, 1992, 2015, §19).
 - Roku 2008 byla ustanovena novela zákona, která přijímá řešení klamavých a agresivních obchodních praktik způsobené podnikatelem (Srbová & Vojtko, 2015).

- **Zákon č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník**

- Hlavní náplní tohoto zákona je uzavírání smluv a s tím spojené náležitosti na podporu ochrany spotřebitele (Nový občanský zákoník 2012, 2015, §1811).
- Dále se specializuje na zakázaná ujednání (Nový občanský zákoník 2012, 2015, §1818).
- V poslední řadě se zabývá problematikou uzavírání smluv na dálku a s tím spojené podmínky (Nový občanský zákoník 2012, 2015, §1822).

Zákon č. 526/1990 Sb., o cenách

Mezi další zákony, které se zabývají ochranou spotřebitele, je zákon č. 526/1990 Sb., O cenách, kde tento zákon specifikuje převážně označování zboží cenami. Po vstupu do EU bylo nutné novelizace tohoto zákona a předat zde informace ze směrnice 98/6/ES nazývaná „o ochraně spotřebitele při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli“.

Obsahem tohoto zákona je:

- povinnost prodávajícího označit spotřební zboží platnou cenou ve chvíli nabídky, nebo je povinen tuto cenu zpřístupnit na dobře viditelném místě tzv. formou ceníku, vývěsky nebo jiným způsobem
- kromě prodejní ceny je povinnost označit prodávané zboží cenou za jednotku množství tzv. měrnou cenou (hmotnost – kilogram, délka – metr), kdy díky tomu může spotřebitel porovnávat ceny u výrobků balené ve velkých baleních
- výjimky označování měrnou cenou pro:
 - výrobky, kde by takové označení bylo zavádějící
 - výrobky podléhající významným změnám na objemu nebo hmotnosti
 - při změně ceny z důvodu nebezpečí znehodnocení výrobku podléhajícího rychlé zkáze
 - kombinace různých výrobků v jednom obalu

- výrobky, které nejsou nabízeny během poskytování služby (Zákon o cenách 1990, 2015, § 13).

2.3 Oblast potravin v ČR

2.3.1 Strategie bezpečnosti potravinových výrobků

Po vstupu do Evropské unie musí Česká republika převzít veškeré povinnosti tohoto společenství, které se týká i bezpečnosti potravin. Základním cílem strategie je podpora zdraví, podpora a ochrana zájmů spotřebitelů. Politika bezpečnosti potravin pracuje s principem tzv. analýzy rizika, a to se skládá ze tří vzájemně propojenými prvky:

- Hodnocení rizika
- Řízení rizika
- Komunikaci o riziku (Informační centrum bezpečnosti potravin, 2015)

Podle Kovářové (2010) se hodnocením rizika rozumí vědecky podložený proces, jehož cílem je riziko podrobně popsat, aby jej bylo možné účelně ovlivňovat. Proces se skládá ze čtyř kroků:

- Identifikace nebezpečí
- Popis nebezpečí
- Hodnocení expozice
- Odhad rizika

Na úrovni Evropské unie byl pro potřeby hodnocení rizik zřízen Evropský úřad bezpečnosti potravin (dále jen „EFSA“), jenž poskytuje Evropské komisi a dalším orgánům EU vědecky podložené informace nezbytné pro jejich činnost a rozhodování. V ČR se na hodnocení rizik dlouhodobě podílí odborná pracoviště státních i nestátních výzkumných ústavů, vysokých škol a univerzit. Pro posílení oblasti hodnocení rizik v potravinovém řetězci byly ustanoveny tzv. vědecké výbory.

Za hodnocení zdravotních rizik plynoucích z expozice nebezpečnými činiteli z potravin je obecně odpovědné Ministerstvo zdravotnictví ČR. Hodnocení rizika

je prováděno na základě dat získaných pravidelným dlouhodobým monitoringem, ve zvláštních případech na výzkumných pracovištích, ale také, při splnění určitých podmínek, i v rámci rutinní kontrolní činnosti v celém řetězci na prvovýroby až po spotřebu potravin. Jedinečnou roli hraje získávání údajů přímo na skupinách spotřebitelů prostřednictvím epidemiologických studií. Na získání těchto primárních dat se podílejí odborné instituce z celé ČR, dále státní dozorové orgány, vysoké školy a univerzity. Velký počet producentů dat na druhou stranu způsobuje, že získaná data nejsou vykazována v jednotném formátu a jsou obtížně pozorovatelná. Harmonizace těchto formátů a zabezpečení jejich relevance je důležitým úkolem. Data jsou využívána nejen pro potřeby hodnocení zdravotních rizik v ČR, ale mohou být také poskytnuta EFSA k hodnocení rizik na evropské úrovni.

Dalším prvkem je řízení rizik. Tento prvek v procesu vytváří a stanovuje příslušné legislativy a kontroluje dodržování právních předpisů (Inspekce bezpečnosti potravin, 2015).

Dle Kovářové (2010), je komunikace o riziku vzájemná výměna informací (včetně výsledků hodnocení rizika a základů pro rozhodování v rámci řízení rizik), a to mezi hodnotiteli rizika, manažery rizika, spotřebiteli, potravinářskými a krmivářskými podniky, akademickou obcí a dalšími zúčastněnými stranami. Komunikace o riziku je důležitým a zodpovědným úkolem všech partnerů zabývajících se otázkou bezpečnosti potravin, a také vzdělání různých skupin laické a odborné veřejnosti.

Všechny organizace v systému bezpečnosti potravin informují o výsledcích své činnosti prostřednictvím výročních zpráv, které jsou umístěny na webových stránkách a tím pádem jsou k dispozici široké veřejnosti. Ve výjimečných případech jsou svolány tiskové konference.

Komunikace o riziku důležité z důvodu informovanosti spotřebitelů a potlačení nepodstatných obav v důsledku bezpečnosti potravin. Informace musí včasné, přesné a hlavně ověřené.

Komunikací také provází vzdělanost v oblasti bezpečnosti potravin, převážně zaměřená na správnou výživu jako součást zdravého životního stylu, ale i snaha o zvýšení povědomí veřejnosti v oblasti hygieny a manipulaci s potravinami a prevencí

chronických neinfekčních onemocnění. Podat tyto informace široké veřejnosti se dané složky snaží pomocí projekty podpory zdraví, tisk informačních letáků, populárně naučné přednášky, články v tisku, ale i využitím e-learning.

Podstatnými dokumenty pro bezpečnost potravin v České republice je strategie bezpečnosti potravin, která je řídicí na roku 2001. V dnešní době už přišla v platnost pátá strategie, Strategie bezpečnosti potravin a výživy 2014 – 2020.

Tato strategie je rozdělena do více částí, kde v první části popisuje základní cíle v oblasti bezpečnosti potravin a výživy a cíle strategie, dále zajištění bezpečnosti potravin a problematika výživy. Správná výživa a správné stravovací návyky se prolíná s problematikou bezpečnosti potravin, kdy výživová politika se zabývá prevencí a ochranou proti chronickým neinfekčním onemocněním, mezi které nejčastěji se vyskytující patří onemocnění srdce a cév, diabetes mellitus 2. typu, hypertenzní nemoc, obezita atd. Jedná se o vhodné nutriční složení, podporování zdravých a bezpečných potravin. Kromě podpory výživy se politika zabývá také prevencí nemocí, informovaností a motivováním spotřebitelů ohledně správné výživy a dostupnosti kvalitních výživných potravin na domácím trhu, kde postupné kroky strategie popisují výše.

V další části jsou popisována východiska pro stavení priorit pro další období, kde jsou uváděny pozitivní a negativní trendy, čímž popisuje příležitosti a zároveň slabá místa, které je nutné odbourat. Jako pozitivum je možné uvést, že čeští spotřebitelé dávají přednost českým potravinám, zvyšování zájmu veřejnosti i medií o problematice bezpečnosti potravin, nutričních složení a jejich dopad na zdraví. Pozitivním výsledkem se bere i snižování spotřeby potravin obsahující cukr, cukrovinky a alkoholických nápojů a zároveň příbytek spotřeby obilovin, ovoce, zeleniny, mléka a mléčných výrobků. Narůstajícím zájmem o výživu dětí, které souvisí i s výchovou ke zdraví na základních školách... Bohužel kromě pozitivních zde máme i negativní trendy, kterými jsou klamání spotřebitele a falšování potravin, nežádoucí vliv změny agrotechnik na kvalitu a bezpečnost potravin (např. nárůst pesticidů v zemědělství...). Díky globalizaci dochází k novým rizikům a to především ve formě šíření biologických agens, škůdců a patogenů, nedostatek aktuálních dat o složení potravin, zdrženlivý přístup k biotechnologiím. Mezi hlavní negativní trend patří nárůst osob trpících nadváhou

či obezitou, kde toto onemocnění se vyskytuje převážně u malých dětí, kde se kromě špatně nutričních potravin doma děti setkávají s nevhodnými potravinami v prodejních automatech ve školách a ve školních bufetech. S tím souvisí snížení fyzického výkonu, a to díky nadměrnému používání moderních technologií (počítač, internet).

Tato strategie prohlubuje a pokračuje v prioritách nastavené v minulých letech a zároveň definuje nové priority pro období 2014 – 2020

2.3.2 Potravinová legislativa

Zákon o potravinách a tabákových výrobcích

Od 1. 1. 2015 vešla v platnost nová legislativa označování potravin, která by měla přinést spotřebitelům přehlednější a srozumitelnější informace o potravinách a zároveň zvyšuje sankce za nedodržení těchto předpisů.

Tato novela přináší změny v rámci naplnění předpisů EU, dále upravuje základní pojmy z důvodu sjednocení terminologie s EU (Změny po novele zákona o potravinách, 2015).

Tento zákon se snaží modifikovat povinnosti podnikatelů při výrobě potravin a tabákových výrobků, povinnosti podnikatelů při uvádění potravin a tabákových výrobků na trh a státní dozor nad dodržováním povinností, které vyplývá z toho zákona (Jaroslav Veber & kol., 2002)

Dle § 3 zákona se přesouvá povinnost uvádět povinné informace o potravinách v českém jazyce, tato povinnost platí pro všechny provozovatele potravinářských podniků a vztahuje se na všechny údaje podle národních právních předpisů.

Povinnost je: *„Používat pouze takové obaly a obalové materiály, které ochraňují potraviny před jejím znehodnocením, zabránění záměny nebo změny obsahu bez otevření nebo změny obalu s tím souvisí nařízení (ES) č. 1935/2004 o materiálech a předmětech určený pro styk s potravinami.“* (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2015, §3).

Provozovatel má povinnost: *„Dodržovat požadavky na nejvyšší přístupné úrovni radioaktivní kontaminace, které jsou stanoveny atomovým zákonem“*. Jedná

se potraviny vyráběné a uvedené na trh v rámci ČR, z důvodu neúplných předpisů EU (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2015, §3).

U dovážených potravin je možné předložit i jiný vstupní doklad nebo certifikát kromě osvědčení, který potvrzuje, že daná potravina podléhá všem EU předpisům a zároveň je možné předat odpovídající doklady příslušnému dozorovému orgánu mimo celní úřady (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2015, §3).

V novele zákona je nově přidáno, že provozovatel, který hodlá na trh uvést potravinu s přidanými vitamíny či minerálními látkami nebo dalších látek do potravin, je povinen to oznámit na příslušný úřad Ministerstva zemědělství (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2015, §3).

Naopak prvotní potraviny označené jako kojenecká výživa či dietní potraviny pro zvláštní lékařské účely musí být oznámena na úřadu ministerstva zdravotnictví. Ostatní potraviny nově uváděny na trh se oznamovat nemusí (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů 1997, 2015, §3).

2.4 Údaje na obalech potravin

2.4.1 Povinné údaje

Značení potravin na vnějším obalu musí být čitelné nesmazatelné či neodstranitelné, ničím nezakryté. Celý obsah musí být napsán v českém jazyce, kdy výjimku tvoří obchodní název, a žádné údaje na obalech nesmí být uváděny v omyl. Co se týče živočišných potravin je nutné, aby byly označeny identifikační značkou zdravotní nezávadnosti.

Další povinností je způsob uvádění povinných údajů, který se zaměřuje na definice výšky malého písmene „x“). Všechny informace na obalech musí být dobře viditelné, snadno čitelné a nesmazatelné. Zároveň velikost písma „x“ musí mít min. 1,2 mm a je důležité, aby tam byl kontrast mezi tiskem a pozadím. Výjimky použití minimální velikosti písma mají obaly, jejichž největší plocha je menší než 80 cm², kde velikost písma je stanovena 0,9 mm. Název, množství a obsah alkoholu musí mít stejné zorné pole. (Potravinářská komora 2013, 2015)

2.4.1.1 Balené potraviny

U balených potravin byly odstraněny všechny duplicitní ustanovení v rámci předpisů EU a zároveň zůstaly zachovány předpisy na uvedení třídy jakosti. Nově je dodáno povinnost uvádět seznam složek u nápojů, které obsahují více než 1,2% objemových alkoholu.

Dále novela specifikuje podmínky u potravin, které jsou zabaleny bez přítomnosti spotřebitelů, kde je nutné uvádět:

- Jméno a příjmení nebo název anebo obchodní firma a adresa sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil
- Název potraviny,
- Čisté množství,
- Seznam složek, množství určitých složek nebo skupin složek,
- Země nebo místo původu,
- Způsob uchování potraviny,
- Datum použitelnosti nebo datum minimální trvanlivosti
- Údaje o množství hlavní složky v hmotnostních procentech, stanoví-li tak prováděcí právní předpis
- Návod k použití v případě potraviny, kterou by bez tohoto návodu bylo obtížné odpovídajícím způsobem použít,
- U nápojů s obsahem alkoholu vyšším než 1,2 % objemových skutečný obsah alkoholu v procentech objemových
- Výživové údaje
- Označení šarže (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2015, §7)

Jméno nebo obchodní jméno a adresa provozovatele potravinářského podniku

Na každé potravíně je povinností udávat provozovatele potravinářského podniku a to buď jménem, nebo obchodním jménem a adresu. Co se týče potravin dovezených mimo EU, je nutné udávat i dovozce. Tento provozovatel je vždy zodpovědný

za potraviny, a proto nesmí uvádět spotřebitele v omyl a vše musí být čitelné a srozumitelné pro spotřebitele.

Všechny údaje na obalech potravinářských výrobků musí být řádné s předpisy EU, tak s předpisy ČR.

Údaje na obalech nesmí být uváděny pomocí ochranné známky. Provozovatel podniku nemusí na obaly uvádět, zda jde o výrobce, prodávajícího či balírnu (Potravinářská komora 2013, 2015).

Název potraviny

Každý výrobek musí být označen názvem, který je zákonný (stanovený předpisem EU) nebo vžitý a tudíž není potřeba definice, případně může být i popisný název potraviny.

Nikdy nesmí být název nahrazen názvem chráněným jako duševní vlastnictví, obchodní značkou nebo smyšleným názvem.

V případě nebalených potravin je název doprovázen ještě fyzikálním stavem potravin nebo úpravou, kterou tato potravina prošla (rozmrazeno, přidaná voda v masných výrobcích a produktech rybolovu, přísady používané jako náhrada...) (Nařízení evropského parlamentu a rady. (EU) o poskytování informací o potravinách spotřebitelům 2011, 2015, čl. 17)

Čisté množství

Jedná se pouze o celkové čisté množství potraviny, která je vyjádřena v litrech, centilitrech, mililitrech, kilogramech nebo gramech. Jedná se o to, v jakém stavu se potravina nachází.

V případě, že by potravina byla uchovávána v nálevu, je nutné doplnit čisté množství potraviny po odkapání. Naopak v případě potravin, které jsou připravovány s polevou, je čisté množství bráno bez polevy.

Pokud v balení se skládá z více potravin, kromě čistého množství je nutné také udat, kolik celkového počtu potravin se v daném balení nachází. V případě, že z různých důvodů nelze určit celkový počet, může být označení průměrného počtu (Potravinářská komora 2013, 2015).

Složky v potravinách

Jako další hlavní povinnou složkou na obalech je seznam složek, který obsahuje všechny složky, kterou daná potravina obsahuje, a jsou seřazeny sestupně podle podílu hmotnosti. Složky v potravinách jsou nadepsané na obalech jako složení. Existují také výjimky, kdy seznam složek není potřebný (sycené vody nebo čerstvé ovoce a zelenina) anebo třeba složky které není nutné do tohoto seznamu zařazovat (Potravinářská komora 2013, 2015).

- **Alergeny**

Důležitou složkou ve složení jsou alergen, které musí být odlišeny na ostatních složek v seznamu např.: barevně nebo tučně vyznačené, typem či stylem písma nebo barvou pozadí, aby na první pohled bylo jasné, že daná potravina tento alergen obsahuje (Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 2015).

Mezi alergen patří:

1. Obiloviny obsahující lepek (pšenice, žito, oves, ječmen, špalda...)
2. Korýši
3. Vejce
4. Ryby
5. Podzemnice olejná (arašídy)
6. Sójové boby (sója)
7. Mléko
8. Skořápkové plody – všechny druhy ořechů
9. Celer
10. Hořčice
11. Sezamová semena (sezam)
12. Oxid siřičitý a siřičitany – v koncentracích vyšších než 10 mg
13. Vlčí bob
14. Měkkýši (European Food Information Council, 2015).

- **Oleje a tuky rostlinného původu**

V tomto případě je důležité, aby ve složení bylo přímo napsáno rostlinný původ s dovětkem „v různém poměru“ a také se do seznamu složek uvede konkrétní pořadí podle celkové hmotnosti existujících rostlinných olejů nebo tuků. V případě že je tuk ztužený, je důležitý napsat dovětek „plně ztužený“ nebo „částečně ztužený“ (Potravinářská komora 2013, 2015).

- **Oleje a tuky živočišného původu**

U těchto olejů a tuků je nutné, aby se připojil výraz do seznamu složek „živočišný“ nebo uvést konkrétní původ. Zároveň pokud je tuk ztužený nebo částečně ztužený je nutné tento dovětek dopsat (Potravinářská komora 2013, 2015).

- **Kofein**

Nápoje, které přímo neobsahují kofein jako čaj, kávy a nápoje na této bázi, a mají obsah kofeinu vyšší než 150 mg/l, musí být označené přímo na zorném poli spotřebitele a to výrokem „Vysoký obsah kofeinu. Není vhodné pro děti a těhotné nebo kojící ženy“ a uvést k tomu obsah kofeinu v mg na 100 ml (Potravinářská komora 2013, 2015).

- **Aromata**

Pokud potravina obsahuje aroma, je nutné díky tomuto nařízení, aby byly přímo označeny nebo nejlépe přímo na svém názvem nebo popisem daného aromatu. Výjimku tvoří chinin a kofein, které jsou označeny na vlastním označením (Potravinářská komora 2013, 2015).

- **Nanomateriály**

Toto nařízení definuje nanomateriály a pokud potravina obsahuje jakoukoliv tuto složku. Za názvem je dodatek v závorce „nano“.(Potravinářská komora 2013, 2015)

Původ potravin

Co se týče označení původu, tak dle nového nařízení EU č. 1169/2011, zůstává stále označení původu dobrovolné.

Výjimky tvoří potraviny, kde musí být označen původ z důvodu jiných právních předpisů EU, potraviny označené chráněným zeměpisným označením, tradiční specialitou nebo chráněné označené původu. Dále v případě, že by vynechání nápisu původu mohlo vést spotřebitele v omyl na skutečného místa původu nebo země. (mozzarella, která je vyráběna v Německu, ale prodávána na italském trhu).

Země původu musí být označená i na potravinách, na kterých by etiketa mohla zmást spotřebitele, tím, že by byla prezentována jako výrobek z jiné země.

Nově nařízení zavádí povinnost udávat země původu u masa (čerstvého, chlazeného nebo zmrazeného – vepřového, skopového nebo kozího a u drůbežího, které mají kod nomenklatury 0105 (kohouti, slepice, husy, krocani a hrdličky)). (Potravinářská komora 2013, 2015)

Způsob uchování

Pokud to výrobek vyžaduje, je potřeba na jeho obal vyznačit, jak by se potravina měla uchovávat (např. uchovávat v chladu, spotřebovat do určité doby po otevření balení, chránit potravinu před světlem apod...) (Nařízení evropského parlamentu a rady. (EU) o poskytování informací o potravinách spotřebitelům 2011, 2015, čl. 25).

Datum minimální trvanlivosti (DMT) a datum použitelnosti (DP)

Na každé jednotlivě zabalené potravině musí být jasně napsáno „Spotřebujte do“

Pokud potraviny podléhají zkáze nebo v krátké době mohou znamenat nebezpečí pro zdraví, nahradíme datum minimální trvanlivosti datem použitelnosti. Zároveň pokud není datum uvedeno přímo na obalu, je nutná poznámka, kde se datum na výrobku vyskytuje (spotřebujte do data uvedené na víčku). (Potravinářská komora 2013, 2015)

Protože provozovatel podniku nese po celou dobu trvanlivost za potravinu odpovědnost, je nutné o doplnění informací, pokud spotřebitel má s potravinou zacházet např.: skladování, chraňte před světlem a teplem...) (Potravinářská komora 2013, 2015)

DMT nebo DP se nevztahuje na nebalené potraviny nebo potraviny balené v maloobchodních jednotkách

Datum není potřeba uvádět v případě čerstvého ovoce a zeleniny, lihovin, vína, žvýkaček, nebaleného pečiva, nečokoládových cukrovinek, soli, octa...(Potravinářská komora 2013, 2015).

Datum zmrazení

Toto označení data musí být vtištěno v případě masa, masných výrobků a nezpracovaných ryb, kdy se jedná o datum prvního zmrazení (den/měsíc/rok) a musí následovat za slovy „Zmrazeno dne...“ stejně jako u data spotřeby může být odkázáno, kde se toto datum nachází (Potravinářská komora 2013, 2015).

Návod k použití

V případě potravin, kde je to potřebné, musí provozovatel uvádět i návod k použití. Tento návod musí být nejdříve slovně vyjádřen a poté doprovázen piktogramy, symboly nebo jiným grafickým označením. Jedná se například o délku nebo způsob přípravy potravin, způsob přípravy mražených polotovarů apod. (Potravinářská komora 2013, 2015).

Výživové údaje

Další změnou podle nařízení je povinnost udávání výživových údajů na potravinách. Výjimku tvoří minerální vody a doplňky stravy (podle vyhlášek č. 275/2004 Sb. a 225/2008 Sb.) pro které se toto označení nevztahuje.

Mezi povinné výživové údaje patří:

- energetická hodnota – měrnou jednotkou jsou kJ/kcal
- tuk
- nasycené mastné kyseliny
- sacharidy
- cukr
- bílkoviny
- sůl (Potravinářská komora 2013, 2015).

Tyto údaje musí být umístěné v hlavním zorném poli a velikost písma je stanovena na 1,2 mm a musí být označeny tímto pojmenováním a v tomto pořadí. Všechny výživové hodnoty mohou být uvedeny i v jiném formátu než je tabulka, a to i v řadě ta sebou. Povinností je tyto hodnoty označovat svým názvem a ne piktogramy nebo obrázky, ty mohou být použity pouze jako doplněk (Potravinářská komora 2013, 2015).

Výživové údaje mohou uvedeny v přepočtu na jednu porci nebo spotřební jednotku, kdy tyto údaje musí být uvedeny v těsné blízkosti výživových údajů. Důvodem uvádění těchto informací je lepší srozumitelnost pro spotřebitele, a tudíž tyto informace je nutné doplnit o velikost potraviny (1 láhev = 500 ml) a počtu v balení (balení obsahuje 25 sušenek) (Potravinářská komora 2013, 2015).

Mezi dobrovolné výživové údaje patří:

- monosycené mastné kyseliny
- polynenasycené mastné kyseliny
- polyalkohly
- škrob
- vláknina
- vitamíny nebo minerální látky – měrná jednotka mg, µg

Díky nařízení je možné uvést některé výživové hodnoty i v procentním podílu referenčních hodnot příjmu na 100 g nebo 100 ml. Může se jednat o energetickou hodnotu, obsahu tuků, nasycených mastných kyselin, sacharidů, cukrů bílkovin a soli. Pokud jsou takto uvedeny na potravinářském výrobku, je nutné v jejich blízkosti uvést prohlášení „Referenční hodnota příjmu u průměrné osoby 8 400 kJ/2000 kcal“. (Potravinářská komora 2013, 2015)

2.4.1.2 Balené potraviny – obal menší než 80 cm²

Pokud je plocha obalu menší než 80 cm², je prodejce povinen uvádět pouze:

- název potraviny
- alergen

- čisté množství
- datum minimální trvanlivosti nebo datum použitelnosti (Potravinářská komora 2013, 2015).

Charakteristiky výše uvedených údajů jsou uvedeny v kapitole 2. 4. 1. 1 Balené potraviny.

Seznam složek je poskytnut buď jiným způsobem anebo přímo na přání spotřebitele. Tato výjimka se vztahuje i na skleněné lahve, které jsou určeny k opakovanému použití, a proto jsou tyto láhve označeny etiketou. (Nařízení EU č. 1169/2011 2014, 2015)

Další výjimku u balených potravin jsou výživové údaje, které nemusí být uvedeny v případě, že největší plocha je menší než 25 cm². Tato výjimka není uplatnitelná v případě, kde to vyžadují předpisy (Nařízení EU č. 1169/2011 2014, 2015).

2.4.1.3 Nebalené potraviny

Dle § 8 zákona o potravinách a tabákových výrobcích u nebalených potravin rozeznáváme tři způsoby poskytnutí povinných údajů (v těsné blízkosti nabízené potraviny, jinde než v těsné blízkosti nebo jinou formou).

V odst. 1 tohoto zákona je řešena situace v těsné blízkosti nabízené potraviny, kdy všechny informace musí být viditelné a snadno čitelné. Jedná se např. o cenovku v obslužném úseku nebo cenovku u nebaleného pečiva. V takových případech je nutné uvést:

- jméno nebo obchodní název a adresu sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil
- údaj o množství hlavní složky v procentech hmotnostních, stanoví-li tak předpisy
- údaj o třídě jakosti, stanoví-li tak předpisy
- název potraviny
- zemi nebo místo původu (u čerstvého masa)

- pokud potravinu obsahuje aspartam, je balena v ochranné atmosféře, pokud obsahuje sladidla nebo lékořici (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 1997, 2015, § 8 odst.)

Výše uvedené údaje jsou charakterizovány v kapitole 2. 4. 1. 1 Balené potraviny.

V případě odst. 2 tohoto zákona, kdy povinné údaje nemusí být přímo v těsné blízkosti potraviny, kdy jde např. o prostor zahrnující prodejní pult a jeho blízké okolí, různé formy katalogů, elektronické pultíky apod., musí být informace zase viditelně a čitelně zpřístupněné spotřebitelům, aby poskytnuté informace spotřebitel mohl zaregistrovat před koupí dané potraviny a nemusel o ně žádat obsluhu.

Je nutné uvést:

- datum použitelnosti nebo datum minimální trvanlivosti
- údaj o alergenech a další údaje stanoví-li tak předpisy EU. (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích 2014, 2015, § 8 odst. 2)

Třetím způsobem poskytnutí povinných údajů u nebalených potravin je vyjádření pomocí symbolů nebo různých piktogramů, pokud to bude přínosné pro spotřebitele a jejich obsah musí mít stejný podtext jako psaný text, kde tyto symboly by se měli osvědčit do budoucna, kdy forma označování potravin by mohla mít nabízena na interaktivních obrazovkách na regálech nebo pomocí aplikací v chytrých telefonech apod. (Potravinářská komora 2013, 2015).

Co se týče výživových údajů, nemusí být uváděny u nebalených výrobků, dále u potravin jako: vody, žvýkačky, alkoholické nápoje, které obsahují vyšší podíl alkoholu než je 1,2%, byliny, koření a jejich směsi, sůl, stolní sladidla, bylinné a ovocné čaje, kvasné octy, aroma, potravinové enzymy, želatina, kvasnice, potraviny dodávané v malých množstvích přímo konečnému spotřebiteli, potraviny, jejich největší plocha je menší než 25 cm² atd.

2.4.2 Nepovinné údaje

Kromě povinných údajů se na obalech vyskytují i tzv. dobrovolné informace. Mimo to, že musí splňovat stejné podmínky jako povinné, jako jsou névést spotřebitele k omylu atd., tak zároveň nemohou být vystaveny na místo povinných údajů.

Jedná se o:

- označení regulována jinými právními předpisy
- grafické vyjádření
- dobrovolné výživové údaje
- nepovolená označení
- dobrovolná označení neregulovaná (Potravinářská komora 2013, 2015).

Označení regulována jinými právními předpisy

Jedná se o takové údaje na obalech potravin, které mohou vést ke zdravotnímu tvrzení („*Vápník přispívá k normální činnosti svalů*“, „*Bylo zjištěno, že beta-glukan z ječmene snižuje hladinu cholesterolu v krvi*“).

Hesla, která by mohla uvést spotřebitele k výživovému tvrzení (bez cukru, zdroj vlákniny, plus vápník), naopak tyto nepovinné mohou ovlivňovat srovnávacím tvrzením („*se sníženým obsahem sodíku*“, light).

Jedná se také o:

- označení aromat (přírodní aroma, bez umělých aromat, bez konzervantů),
- tvrzení o jistých nepovinných složkách (bez lepku, pro děti),
- označení produkce (BIO, organický, produkt ekologického zemědělství),
- označení kvality potravin (čerstvý, přírodní, poctivý)...

Zároveň je to i velký marketingový tah na zákazníka nebo potenciálního spotřebitele (Potravinářská komora 2013, 2015)

Dobrovolná označení neregulovaná

Jedná se o tvrzení v reklamách, která jsou pak vtištěna na obaly na potravin svými slogany („*RedBull vám dává křídla*“). Může se také jednat o tvrzení přítomnosti složek (100%ovocný, s čerstvým mlékem, bez konzervačních látek), která ale nesmí klamat a mást spotřebitele. Mezi tyto označení se i řadí určitá tvrzení vhodná pro dané osoby (DIA, Vegan, dětský) (Potravinářská komora 2013, 2015).

Grafické vyjádření

Mezi tyto údaje patří různé obrázky (marketingový tah, realistické ovoce, spojení obrázku i aroma, grafické zdůraznění složky), symboly, návody (před otevřením protřepte, ilustrační foto, vařte přibližně 10 – 15 minut) (Potravinářská komora 2013, 2015).

Nepovolená označení

V těchto případech se může jednat o to, že je snaha povýšit vlastní výrobek na lepší úroveň. Např. uvádět, že výrobek je bez éček, bez konzervačních látek, neobsahuje barviva.

Další označení mohou informovat spotřebitele o neobsažení alergenů (bez alergenů, vhodné pro alergiky, nepůsobí alergie), zároveň ubezpečení spotřebitele o bezpečnosti potravin (bezpečná potravina, posouzeno na bezpečnost (Potravinářská komora 2013, 2015).

2.5 Marketingový výzkum

2.5.1 Pojem marketingový výzkum a jeho proces

Aby pojem marketingový výzkum byl správně pochopen, je nutné nejdříve definovat marketing jako samotný.

Podle Kotlera (2007, str. 44) je: *„Marketing společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů s ostatními“*

AMA zase definuje marketing jako: *„Marketing je aktivita, skupina institucí a procesů pro tvorbu, komunikaci, poskytování a výměnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a společnost v širokém slova smyslu“*. (Hanzelková, Keřkovský, Odehnalová, & Vykypěl, 2009, str. 2)

Kotler (2007, str. 140) definuje marketingový výzkum jako: *„Systematické plánování, shromažďování, analyzování a hlášení údajů a zjištění jejich důležitosti pro specifickou marketingovou situaci, před níž se ocitla firma.“*

Proces marketingového výzkumu se stává ze šesti kroků:

1. Definování problému a cíle výzkumu
2. Tvorba výzkumného plánu
3. Shromažďování informací
4. Analýza informací
5. Prezentace závěrů
6. Rozhodování (Kotler, 2007)

2.5.2 Výzkumné metody

Kvalitativní výzkum

Tento výzkum se zaměřuje především na kvalitu informací, a proto se používá u malého vzorku respondentů. Výhodou je, že je to jediný způsob, jak pochopit do hloubky lidskou motivaci, vnímání a pocity. Patří mezi levnější metody, protože je

potřeba menší počet respondentů a s tím jsou spojené nižší náklady. Mezi nevýhody patří nereprezentativnost vzorku pro celou cílovou skupinu a je zde potřeba zkušeného výzkumníka (Vojtko, 2015).

Mezi metody kvalitativního výzkumu patří:

1. Focus Group
2. Hloubkové individuální rozhovory
3. Projektivní techniky
4. Případová studie
5. Etnografický výzkum

V rámci této bakalářské práce v praktické části bude použita metoda Hloubkové individuální rozhovory, proto bude nyní blíže specifikována.

Tyto rozhovory jsou zaměřeny na bázi konkrétního tazatele a respondenta. Jedná se pouze o určitého jedince a ne skupinu. Je vhodné k zjištění dopadů marketingové komunikace nebo vývoj nových produktů, užití produktů.

Mezi výhody této metody patří dostatek času k probrání problematiky, neexistuje zde tlak ze strany skupin a zároveň zvyšuje pocit důležitosti respondenta a zároveň je zde možnost větší důvěry ochoty respondenta mluvit i o choulostivějších tématech. Pro tuto metodu není potřeba žádného speciálního zařízení nebo vybavení. Mezi nevýhody patří neexistence skupinové dynamiky (Vojtko, 2015).

Kvantitativní výzkum

Kromě kvalitativního výzkumu je možné zkoumat také kvantitativní výzkum, který převádí kvalitu na kvantitu. Je zaměřen na větší počet respondentů, kde data jsou detailně popsána a tím pádem se může jednat o metodu spolehlivější a reprezentativní k základnímu souboru. Výhodou je, že data je možné použít pro výpočet konkrétních ukazatelů. Mezi nevýhody patří finanční a časová náročnost z důvodu velmi dobré předběžné přípravy, nedostatečné pokrytí extrémních případů a není už tak hloubkový.

Metody kvantitativního výzkumu:

- Dotazníkové šetření

- Pozorování
- Experiment

Druhou výzkumnou metodou, která bude v praktické části používána, je dotazníkové šetření

Hlavním principem dotazníkového šetření je pokládání otázek tazatelů respondentům a následné zaznamenání odpovědí. Je to nejčastější nástroj sbírání dat díky své flexibilitě.

Dotazníkové šetření se dělí podle různých typů.

- **Tváří v tvář** – je jednou z nejvšestrannějších metod, protože tazatel se může zeptat na více otázek a zároveň si zapisovat poznámky o respondentovi. Bohužel patří také k jedné z nejdražších metod z důvodu administrace a dohledu. Nevýhodou může být přehánění ze strany respondenta nebo zkreslenost informací. Dotazníkové šetření tváří v tvář má dvě podoby (domluvené interview nebo formou oslovení kolemjdoucích) U dohodnutého interview je s respondentem dohodnuta schůzka a někdy je přidána i odměna, ale u oslovení kolemjdoucí se jedná o náhodné zastavování lidí na veřejných prostorech, firmách nebo domácnostech (Kotler 2007).
- **Telefonické dotazování**
- **Písemné dotazování**
- **Online dotazování** - Tato metoda se v poslední době více využívá, protože je velmi levná a rychlá a hodně rozšířená z důvodu možností připojení internetu na kterémkoliv místě. Mezi formy patří e-mail, webové stránky nebo videokonference. Naopak mezi nevýhody patří nízká návratnost a problém s reprezentativností (Vojtko, 2015).

Pro správné naformulování dotazníkového šetření je dobré využít určitý typ otázek, které by dobře korespondovaly s výzkumnou otázkou.

Typy otázek:

- Uzavřené otázky
- Otevřené otázky

Mezi uzavřené otázky patří:

- Dichotomické – jedná se o otázku s dvěma možnými odpověďmi (ANO/NE)
- Multiple choice – otázka se třemi a více odpověďmi
- Likertova škála – vyjádření souhlasu/nesouhlasu a jejich míru
- Sématický diferenciál – v něm respondent vybírá názor, který to nejvíce vystihuje daný výrok
- Stupnice důležitosti – známkování důležitosti (1 – nejvíce důležité, 5 – nejméně důležité)
- Stupnice známek – známkování jako ve škole na špatného k vynikajícímu
- Stupnice úmyslu něco koupit – stupnice známek s rozhodnutím něco koupit (1 – určitě koupím, 5 – rozhodně nekoupím)

Mezi otevřené otázky patří:

- Zcela nestrukturované – respondent může vyjádřit vlastní názor
- Slovní asociace – respondentovi jsou ukázány slova a on k nim vymýšlí výraz, který se k tomu nejvíce hodí
- Dokončení věty
- Dokončení příběhu
- Obrázek – představen obrázek s dvěma postavami a v jedné bublince chybí, co říká a respondent ho musí vyplnit
- Test tematické apercepce – obrázek, o kterém musí respondenti napsat příběh (Kotler, 2007)

Struktura dotazníku

Na začátku dotazníku je vždy vloženo úvodní sdělení, kde se představí tazatel, jaká je výzkumná otázka, z jakého důvodu se výzkum provádí a zároveň by zde měla být zařazena anonymita pro respondenta a časová náročnost. Dále pokračují úvodní a filtrační otázky, kde se respondent dozví, zda tento dotazník je vytvořen přímo pro něj

Poté pokračují zahřívací otázky, které by měly být lehčí, aby respondenta neodradily a měly by pokrýt 1/3 dotazníku.

Následují specifické otázky, které by se měly přímo zabývat výzkumnou otázkou. Z toho důvodu jsou umístěny v polovině dotazníku. Na závěr dotazníku jsou strukturovány identifikační otázky, které filtrují respondenty do užších skupin. Zjišťují se zde potřebné informace ohledně bydliště, věku, pohlaví, dosažené vzdělání nebo třeba i společenský status (Vojtko 2015).

3 Cíl, hypotézy a metodika práce

3.1 Cíl práce

Cílem práce jsou návrhy na zlepšení informovanosti spotřebitelů o povinných údajích na obalech potravinových výrobků s využitím výsledků z terénního výzkumu včetně ekonomického zhodnocení.

3.2 Hypotézy

Pro tuto bakalářskou práci bylo stanoveno 5 hypotéz, které na základě dotazníkového šetření buď budou potvrzeny, nebo vyvráceny (viz kapitola zhodnocení hypotéz).

1. Větší zájem o údaje na obalech potravin mají ženy než muži.
2. Více než jedna třetina respondentů by preferovala přehlednější a čitelnější údaje na potravinách.
3. Méně než polovina zná minimálně 5 povinných údajů na potravinách.
4. Respondenti se středoškolským vzděláním se zajímají o povinné údaje na potravinách méně než respondenti s vysokým nebo vyšším odborným vzděláním.
5. Více než jedna třetina zná změny novely o potravinách a nařízení o označení potravin EU.

3.3 Metodika

Metodický postup se zaměřuje nejdříve na studium teoretických východisek. Poté bude proveden terénní výzkum a následně bude zhodnocen z hlediska ochrany spotřebitele. Nakonec se zabývá návrhy na zlepšení situace v dané oblasti.

4 Praktická část / vlastní výzkum

4.1 Plán výzkumu

V rámci praktické části byla použita výzkumná metoda dotazníkové šetření a řízený hloubkový rozhovor.

Dotazník byl vytvořen v září roku 2015 a následně proveden pilotní výzkum před finální verzí. Dotazník pro pilotní výzkum byl proveden s 15 respondenty všech věkových kategorií, které se v dotazníku objevují.

Po pilotním výzkumu bylo nutné přeformulovat nebo doplnit některé otázky, aby byly lépe srozumitelné a pochopitelné.

V dichotomické otázce „Všímate si údajů na obalech potravin?“ bylo nutné předělat odpověď. Původně pokud by respondent odpověděl záporně, byl přesunut na otázku číslo 18. Toto bylo pozměněno z důvodu, že i když respondenti si nevšímají údajů na obalech, tak i přesto jsou schopni se k této problematice vyjádřit a mají o ní povědomí.

V otázce „Čeho si všímáte na obalech potravin při nákupu nejvíce?“ bylo nutné upřesnit na 2 odpovědi, protože i přes větu v úvodu, že pokud není dáno jinak, je jedna odpověď správná, tak všichni respondenti v pilotním výzkumu zaškrtovali více odpovědí.

Bylo nutné také doplnit některé otázky, a to v případě „Jsou pro Vás údaje na obalech dostatečně čitelné?“, tak pro lepší porozumění bylo přidáno upřesnění „velikost, styl“ a v informační otázce ohledně úplného dosaženého vzdělání bylo po řízeném rozhovoru přidána i škála neúplné základní vzdělání, protože v rozhovoru bylo dotázáno i na povědomí školáků o této problematice.

Nakonec v konečné verzi bylo obsaženo 24 otázek. Byly použity otázky typu jak uzavřené, tak otevřené. Dotazník, který byl použit v bakalářské práci, je uveden jako příloha.

Mimo rámec pilotního výzkumu byl upraven v úvodu název, a to tučně, aby bylo hned zřejmé, o jaké téma v dotazníku se jedná a v otázce „Jaký je váš měsíční plat“ bylo

změněno na měsíční příjem z důvodů, že dotazník vyplňovali i respondenti určitého věku, kteří nemají plat.

Dotazníkové šetření probíhalo online přes portál vyplňto.cz a bylo doplněno o písemné dotazování a dotazování formou tváří v tvář z důvodu obsažení veškeré věkové kategorie. Celé dotazníkové šetření se uskutečnilo v listopadu roku 2015, kde se shromažďovala potřebná data. Celkem bylo vyplněno 250 dotazníků a všechny byly použity pro výzkum. Veškeré grafy byly vytvořeny a data byla zpracovávána v programu Microsoft Office Excel.

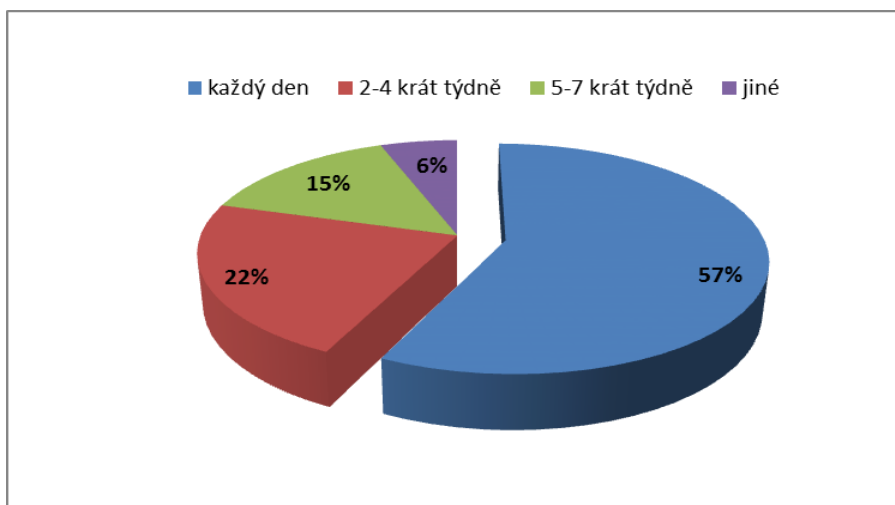
Dále byl na základě doporučení proveden hloubkový rozhovor s panem Ing. Knopem ze SZPI, který doplnil odborné informace o tomto tématu. Znění otázek, které se vztahují k tomuto rozhovoru, jsou uvedena v Příloze 2.

4.2 Zhodnocení dotazníku

Otázka č. 1: Jak často nakupujete potraviny?

Na tuto otázku odpovědělo celkem 250 respondentů. Celkem 57 % (143 respondentů) odpovědělo, že nakupuje potraviny 2 – 4 krát týdně. Dále 23 % respondentů (56) nakupuje potraviny každý den. Dalších 15 % (37 respondentů) nakupuje potraviny 5 – 7 krát týdně a pouhých 5 % respondentů (14) označilo za odpověď jiné. Jako jiné možnosti se objevovaly odpovědi příležitostně, 1krát týdně nebo nakupují rodiče, což lze předpokládat jako odpověď mladších respondentů.

Graf 1 - Četnost nákupu potravin



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 1 - Četnost nákupu potravin pohlaví

	Ženy	Muži	Celkem
každý den	32 (13 %)	24 (10 %)	56 (23 %)
2 – 4 krát za týden	105 (41 %)	39 (16 %)	144 (57 %)
5 – 7 krát za týden	27 (11 %)	8 (3 %)	35 (14 %)
Jiné	11 (4 %)	4 (2 %)	15 (6 %)
Celkem	175 (69 %)	75 (31 %)	250

Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 2: Jaké potraviny nakupujete nejčastěji?

Na tuto otázku odpověděli všichni dotazovaní. Největší část z nich 44% (110 respondentů) uvedlo, že nejvíce nakupují pečivo, další nejčastější odpověď v dotazníku byla položka ovoce/zelenina. Tuto odpověď označilo 26 % respondentů (64). Tyto dvě skupiny se tudíž řadí k nejčastějšímu nákupu. Ostatní položky označilo podobný počet respondentů. Mléčné výrobky 11 % (29), maso a masné produkty 8 % (20), dále 7 % (17 respondentů) uvedlo v dotazníku jinou odpověď jiné, mezi které patřili mražené produkty a sladkosti. Poslední položku nápoje označily 4 % respondentů (10)

Graf 2 - Nejčastěji nakupované potraviny

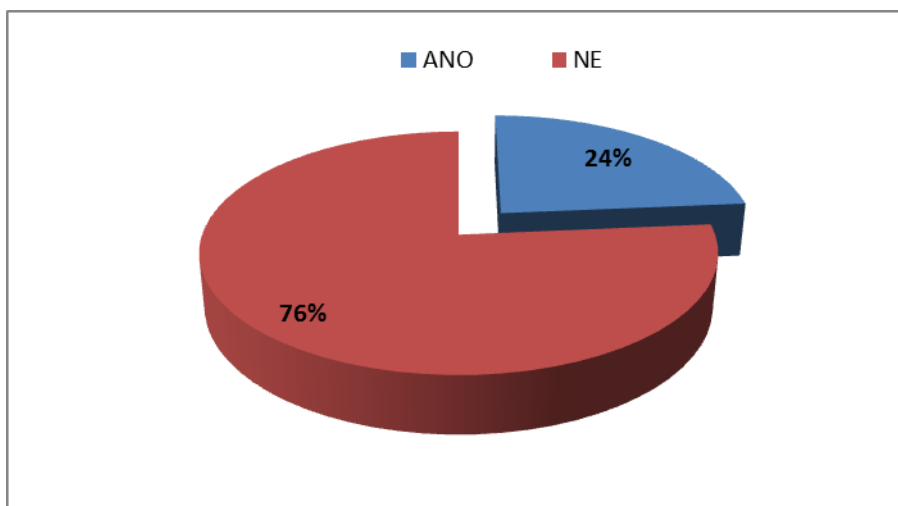


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 3: Máte Vy nebo někdo ve Vaší rodině nějaké omezení, co se týče stravování (např. bezlepkovou dietu, cukrovku)?

Na tuto otázku byli dotazováni všichni respondenti, kteří se účastnili dotazníkového šetření. Větší část respondentů nebo v jeho rodině nemá žádné zdravotní omezení, co se týče stravování. 76 % (191) respondentů uvedlo odpověď ne a zbylých 24 % (59) označili odpověď ano.

Graf 3 - Omezení ve stravování



Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka byla pokládána z několika důvodů. Za prvé pokud by respondenti měli jisté omezení, očekává se u nich větší výdej za potraviny. Také jsou nuceni už kvůli

svému omezení nebo kvůli omezení někoho z rodiny sledovat a kontrolovat patřičné informace na obalech potravinářských výrobků.

Otázka č. 4: Všímate si údajů na obalech potravin?

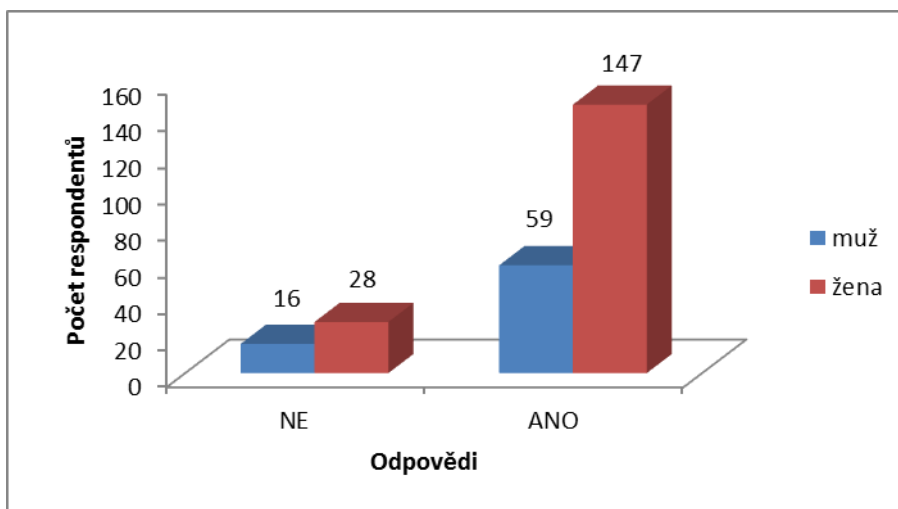
Na tuto otázku zodpovídalo 250 respondentů, kde většina 82 % (206) označila odpověď ano, že si všímají údajů na obalech a tudíž se u nich předpokládá, že o daném tématu jsou více seznámeni než 18 % respondentů (44), kteří údaje na potravinách neregistrují a nezajímají se o ně. Z této otázky není možnost usoudit, zda jsou respondenti obeznámeni s problematikou povinných údajů na obalech potravin nebo zda na obalech sledují pouze nepovinné prvky.

Tabulka 2 - Zájem o údaje na obalech respondentů podle pohlaví

	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta
ANO	147	58,8 %	59	23,6 %	206	82,4 %
NE	28	11,2 %	16	6,4 %	44	17,6 %
Celkem	175	70 %	75	30 %	250	100 %

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 4 - Všímavost respondentů

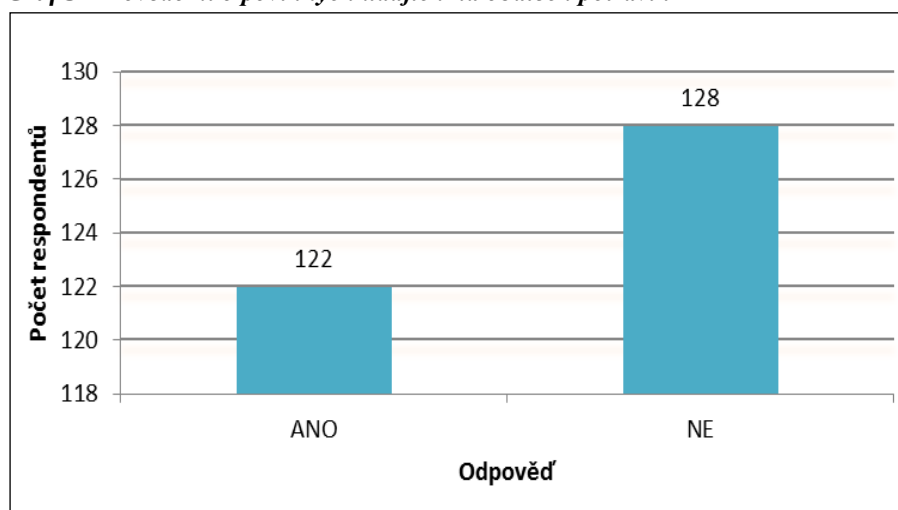


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 5: Víte, že existují povinné údaje, které prodejce/ dovozce/ distributor/ výrobce musí ze zákona uvádět na potravinách?

Z této otázky už je možné zjistit, jaká je informovanost respondentů ohledně povinných údajů. V předchozí otázce zodpovědělo 206 respondentů, že si všímá údajů na obalech výrobků, přesto pouze 122 (49 %) z celkového počtu dotazovaných 250 ví, že existují povinné údaje, které musí být splněny. Přestože na otázku předchozí odpověděla většina respondentů ano, v této otázce 51 % (128) nemá povědomí o povinných údajích na obalech potravin.

Graf 5 - Povědomí o povinných údajích na obalech potravin



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 3 - Povědomí respondentů o povinných údajích na obalech potravin podle pohlaví

	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta
ANO	90	36.00 %	32	12.80 %	122	48.80 %
NE	85	34.00 %	43	17.20 %	128	51.20 %
Celkem	175	70 %	75	30 %	250	100 %

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 4 - Povědomí respondentů o povinných údajích na obalech potravin podle věku

	NE		ANO		Celkem	
Věk	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta
15 - 25	76	30.40 %	78	31.20 %	154	61.60 %
26 - 35	30	12.00 %	20	8.00 %	50	20.00 %
36 - 45	9	3.60 %	12	4.80 %	21	8.40 %
46 - 60	3	1.20 %	6	2.40 %	9	3.60 %
61 a více	7	2.80 %	1	0.40 %	8	3.20 %
méně než 15	3	1.20 %	5	2.00 %	8	3.20 %
Celkový součet	128	51.20 %	122	48.80 %	250	100 %

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 5 - Povědomí respondentů o povinných údajích na obalech potravin podle maximálně dosaženého vzdělání

	ANO		NE		Celkem	
Věk	Absolutní hodnota	Procento	Absolutní hodnota	Procento	Absolutní hodnota	Procento
střední bez maturity	3	1.30 %	7	3.04 %	10	4.35 %
střední s maturitou	56	24.35 %	65	28.26 %	121	52.61 %
vysokoškolské vzdělání	51	22.17 %	43	18.70 %	94	40.87 %
vyšší odborné vzdělání	0	0	5	2.17 %	5	2.17 %
Celkem	110	47.83 %	120	52.17 %	230	100 %

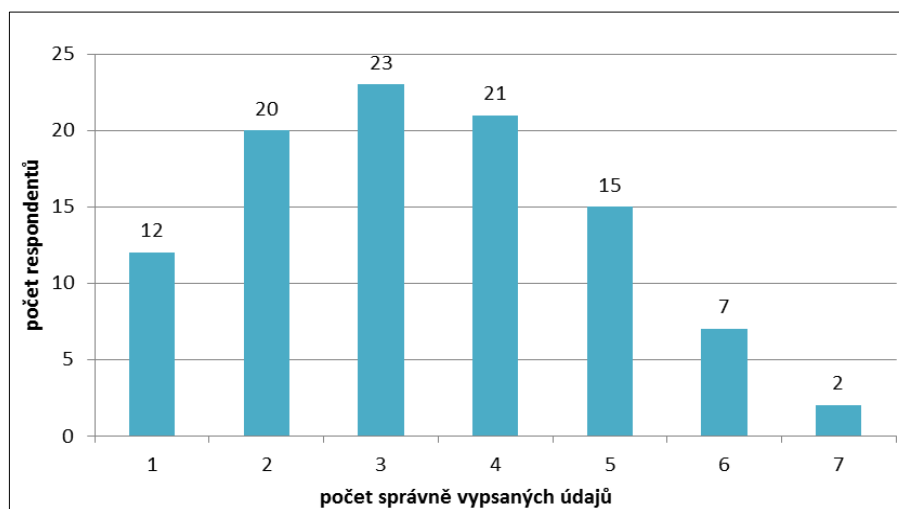
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 6: Jaké znáte povinné údaje na potravinových výrobcích?

Na tuto otázku bylo dotazováno 122 respondentů, protože v předchozí otázce uvedli, že mají povědomí o povinných údajích na obalech. Avšak pouze 100 (82 %) dokázalo odpovědět na tuto otázku. Za nejčastější odpověď respondenti uvedli datum minimální trvanlivost/datum spotřeby, dále pak složení, alergeny, nutriční hodnoty a zemi původu. Pouze čtyři respondenti věděli, že mezi povinné údaje se řadí také způsob uchování potravin a nikdo z dotazovaných nevypsal jako povinný údaj návod k použití.

Z následujícího Grafu č. 6 je patrné, že nejvíce respondentů 23 (23 %), zná pouze 3 povinné údaje z celkových 11 povinných údajů. Nikdo nedokázal vypsat všechny povinné údaje. Pouze 2 (2 %) respondenti vypsal 7 údajů a 7 (7 %) respondentů dokázalo vymyslet 6 odpovědí. Průměrně vypsané povinné údaje bylo kolem 2 – 4, kdy 20 (20 %) respondentů uvedlo 2 povinné údaje a 21 (21 %) respondentů 3 údaje. Velice nízké povědomí o údajích na potravinách má 12 (12 %) respondentů, kteří uvedli pouze 1 správně napsaný povinný údaj.

Graf 6 - Počet správně vyjmenovaných údajů

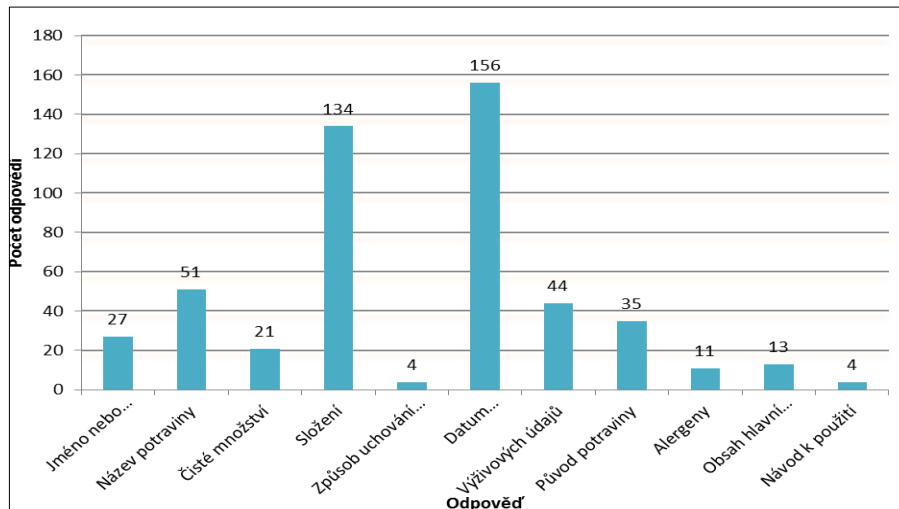


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 7: Čeho si všímáte na obalech nejčastěji?

Celkem odpověděli všichni respondenti. Na otázku museli respondenti zvolit pouze 2 odpovědi, aby bylo jasné, kterou kategorii zjišťují nejčastěji. Už z předešlé otázky vyplývá, že respondenti nejčastěji sledují datum minimální trvanlivosti/datum spotřeby. Celkem 78 respondentů zaškrtnulo tuto odpověď, tedy nejčastěji se zabývají právě tímto povinným údajem. Dále nejvíce respondenty zajímá složení produktu. Celkem tuto odpověď zvolilo 67 respondentů. Mezi nejnižší položky, které nejsou zajímavé, ale i přes to patří do povinných údajů, byly zvoleny návod k použití a způsob uchovávání potravin. Tyto dvě položky uvedli do svých odpovědí pouze 2 respondenti. Po složení patří mezi nejčastější odpověď název potraviny a výživové údaje s počty odpovědí 51 a 44. Alergeny byly zvoleny 11 odpověďmi a předpokládá se, že jde především o respondenty se zdravotním onemocněním, kteří musí tuto složku bezpodmínečně hlídat.

Graf 7 - Nejčastější povinný údaj

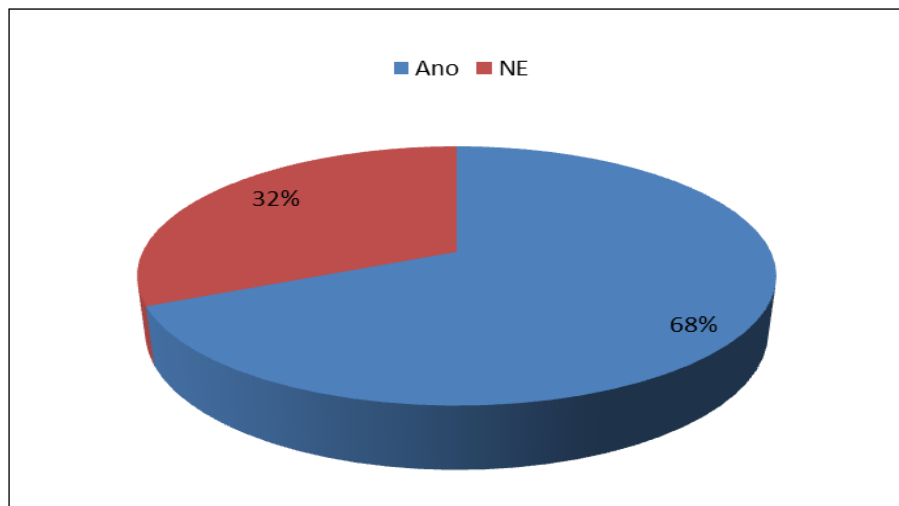


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 8: Jsou pro Vás údaje na obalech dostatečně čitelné?

Na tu to otázku zodpovídalo 250 respondentů, kteří uvedli, že pro 68 % respondentů (170) jsou velikost písma a styl na obalech dostatečně čitelné, a tudíž pro ně není podstatné je měnit. Dále 32 % (80) respondentů uvedlo, že pro ně údaje na obalech potravin nejsou dostatečně čitelné.

Graf 8 - Čitelnost obalů



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 6 - Odpověď ne na otázku č. 8 podle pohlaví

	Ženy		Muži		Celkem	
Věk	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta
15 - 25	37	46.25 %	6	7.50 %	43	53.75 %
26 - 35	10	12.50 %	4	5.00 %	14	17.50 %
36 - 45	5	6.25 %	2	2.50 %	7	8.75 %
46 - 60	5	6.25 %	2	2.50 %	7	8.75 %
61 a více	5	6.25 %	3	3.75 %	8	10.00 %
méně než 15	1	1.25 %	0	0.00 %	1	1.25 %
Celkem	63	78.75 %	17	21.25 %	80	100 %

Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 9: Víte, jaký je rozdíl mezi datem minimální trvanlivosti a datem spotřeby?

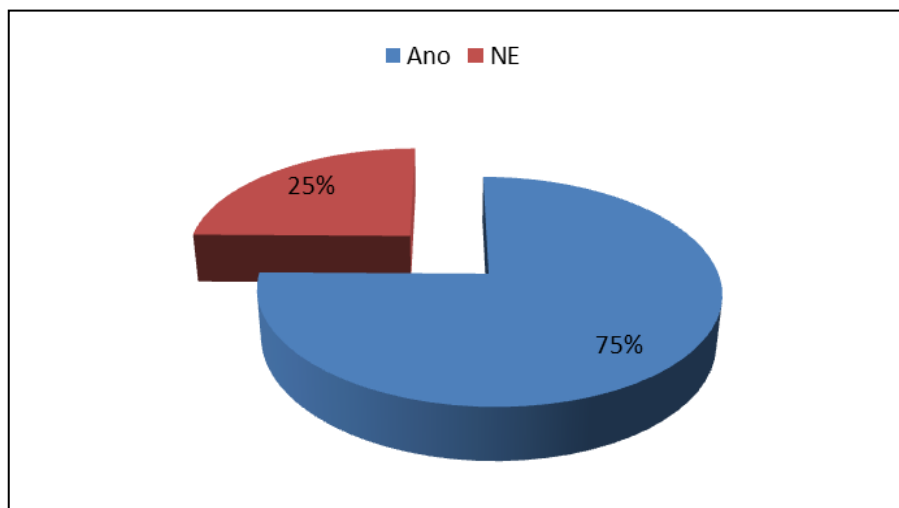
Na otázku č. 9 odpovídalo 250 respondentů. Celkově pouhých 25 % (63 respondentů) nemá povědomí o tom, jaký je rozdíl mezi datem trvanlivosti a datem spotřeby, oproti nim 75 % (187 respondentů), uvedlo, že ví, jaký je mezi těmito dvěma pojmy rozdíl. Pokud respondent v dotazníkovém šetření zaznamenal odpověď ano, dále se větvila otázka na volnou odpověď, aby mezi těmito pojmy uvedl rozdíl. Správná odpověď zní:

Datum minimální trvanlivosti jsou označeny takové potraviny, které nepodléhají rychlé zkáze, může se jednat o konzervy, sušenky, apod. Pokud potravinu překročí dobu minimální trvanlivosti, je možné ji konzumovat, pokud je zdravotně nezávadná, a ale výrobce nemá za výrobek zodpovědnost. Je možné, ztráta správné chuti či kvality.

Datum spotřeby se uvádí na potraviny, které se rychle kazí. Může se jednat o mléčné výrobky, ryby, maso, apod. Pokud překročí doba spotřeby, potraviny nejsou zdravotně nezávadné a doporučuje se je nekonzumovat.

Na tuto otázku správně odpovědělo ze 187 respondentů 122 (65 %) dotazovaných správně, tudíž mají povědomí o tomto pojmu. Zbýlých 63 (34 %) respondentů buď nedokázalo odpovědět na danou otázku, nebo v těchto dvou pojmech nevidí žádný rozdíl, v poslední řadě 2 (1 %) respondenti vyměnili pojmy.

Graf 9 - Rozdíl mezi datem spotřeby a datem minimální trvanlivost



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 10: Je rozdíl v počtu povinných údajů na balených vs. nebalených obalech na potravinách?

Na tuto otázku odpovídali všichni respondenti, kteří se účastnili dotazníkového šetření. 175 respondentů (70 % z nich) odpovědělo, že rozdíl v počtu údajů na balených vs. nebalených potravinách existuje a menší část 75 respondentů (30 %) uvedlo, že v mezi počty údajů na balených a nebalených výrobcích rozdíl není.

Pokud respondent zodpověděl otázku kladně, byla položena další otázka, jaký rozdíl mezi těmito pojmy shledává. Pouhých 65 respondentů (37 % z celkových 175 respondentů) dokázalo zformulovat odpověď, zbylých 110 respondentů odpovídajících na tuto otázku (63 % ze 175 respondentů) uvedlo, že sice rozdíl mezi těmito údaji je ale, že neví jaký.

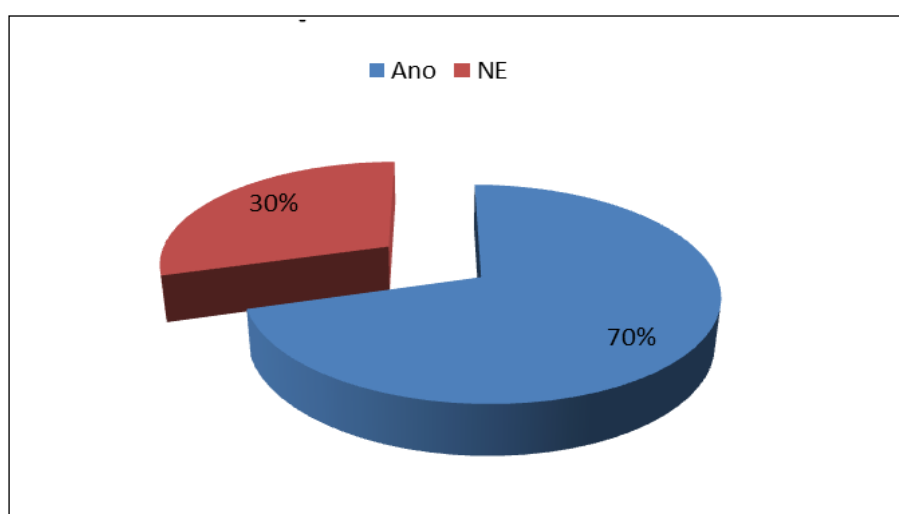
Správná odpověď na tuto otázku by byla, že v případě nebalených potravin není potřeba všech 11 povinných údajů, jako na balených potravinách viz kap. 2.4.4.1. balené potraviny.

Na nebalených potravinách je nutné uvést pouze 5 údajů (jméno a příjmení nebo název anebo obchodní firma a adresa sídla provozovatele, název potraviny, zemi

původu, hlavní složku v procentuálním vyjádření a oproti baleným potravinám je zde navíc údaj o třídě jakosti). V případě, že označení není v těsné blízkosti potravin, je nutné uvést datum minimální trvanlivosti/datum spotřeby a alergen.

Pouhých 26 respondentů (24 % z celkových 110 respondentů) dokázalo zformulovat podobnou odpověď na danou otázku. Zbylých 84 respondentů (76 %) většinou uvádělo, že nebalené potraviny nemají žádné údaje nebo že jsou špatně dohledatelné pro spotřebitele.

Graf 10 - Rozdílnost v počtu údajů

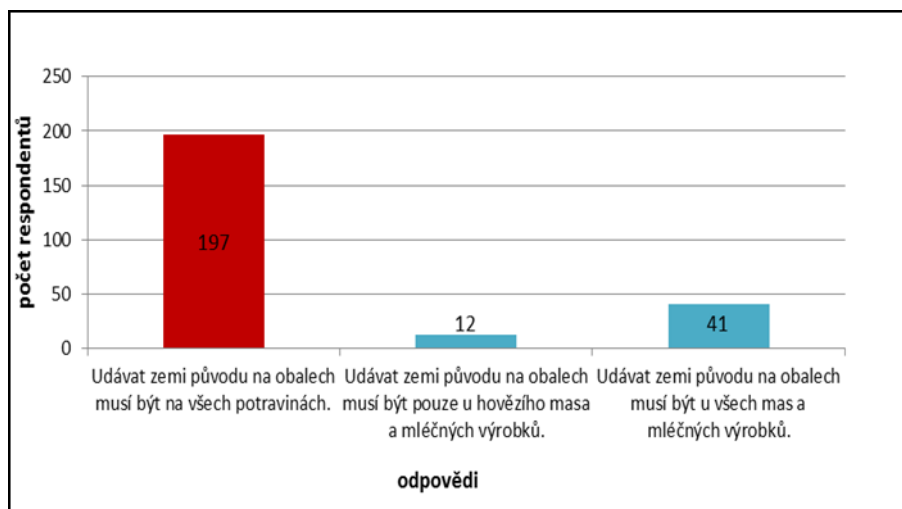


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 11: Správné tvrzení na téma země původu?

Na otázku č. 11 zodpovídali všichni účastníci dotazníkového šetření. Hlavní pointou této otázky bylo zjištění, zda se respondenti orientují v nové legislativě zákon, která vešla v platnost v roce 2015. Z celkového počtu 250 dotazovaných 197 (79 %) respondentů odpovědělo správně, tedy že země původu na obalech potravin musí být uvedena na všech výrobcích. 41 (16 %) respondentů se domnívalo, že země původu musí být podle nové novely zákona uvedena pouze u všech mas a mléčných výrobcích. Poslední skupinou respondentů s celkovým počtem 12 (5 %) označilo odpověď, že označení původu je povinné pouze u hovězího masa a mléčných výrobků. Jak už bylo zmíněno výše podle nové novely zákona je povinné označovat všechny výrobky země původu.

Graf č. 11 – Správná odpověď na téma země původu

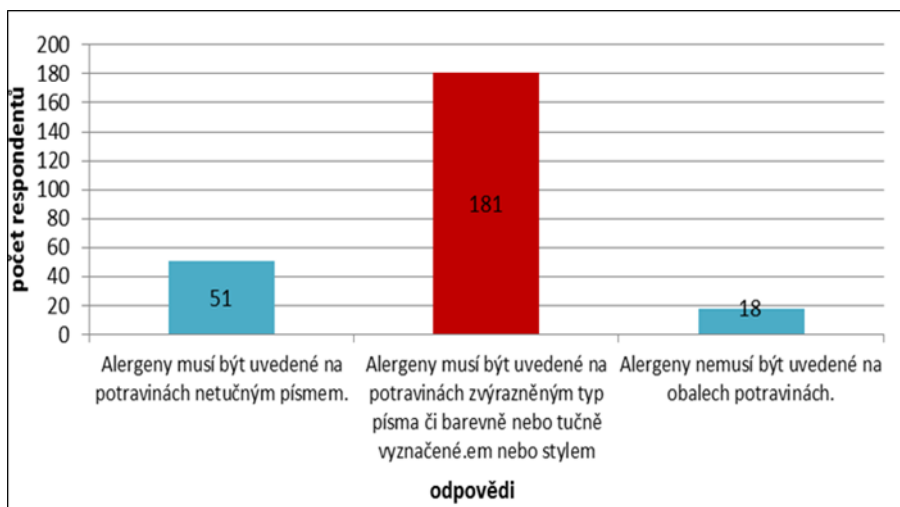


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 12: Správné tvrzení na téma alergenů?

Další otázkou, která měla za záměr zjistit informovanost dotazovaných účastníků ohledně nové novely zákona, byla otázka na správné označení alergenů na obalech potravin. V této otázce zodpovídali všichni dotazovaní. Správná odpověď byla, že alergen musí být na potravinách uvedený zvýrazněným typem písma či barevně nebo tučně označený nebo vyznačený jiným stylem písma. Na tuto otázku většina respondentů zodpověděla správně. Z celkového počtu 250 tázaných 181 (73 %) označilo správnou odpověď, dále 51 (20 %) respondentů se domnívalo, že alergen musí být uvedený na potravinách netučným písmem a 18 respondentů (7 %) označilo za odpověď, že alergen nejsou začleněny mezi povinné údaje na obalech potravin.

Graf č. 12 - Správné označení alergenů podle legislativy

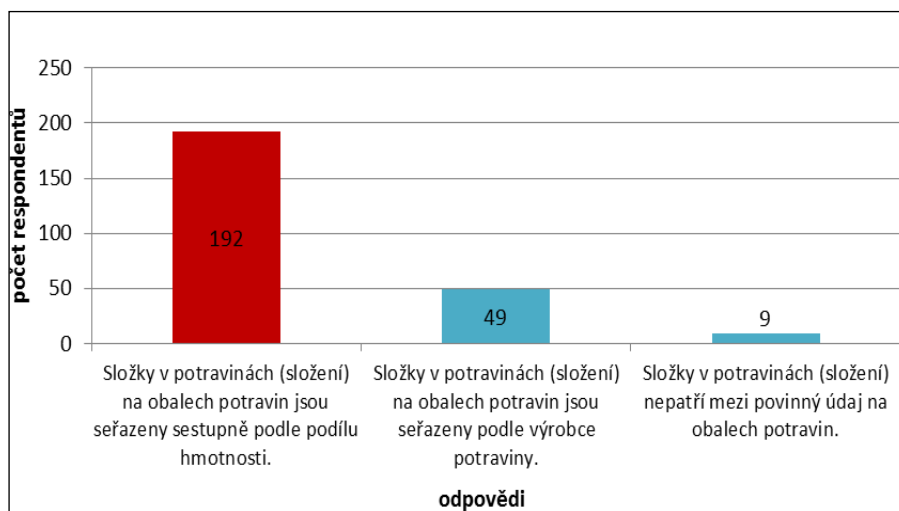


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 13: Správné tvrzení na téma složení v potravinách?

Poslední otázkou, která měla zjistit infomovanost respondentů ohledně tématu dotazníkového šetření byla otázka na složky v potravinách (složení). Na tuto otázku také zodpovídali všichni, kteří se účastnili dotazníkového šetření. Správná tvrzení na otázku ohledně složení v potravinách znělo, že složky v potravinách (složení) jsou seřazeny sestupně podle podílu hmotnosti. Z celkového počtu 192 (77 %) respondentů označilo správnou odpověď, dále pak 49 (20 %) respondentů odpovědělo, že složky v potravinách jsou na obalech seřazeny podle výrobce potravin. Nejnižší počet účastníků 9 (3 %) uvedlo v dotazníkovém šetření, že složky v potravinách (složení) není součástí povinných údajů na obalech potravin.

Graf 113 - Správné označení podle legislativy

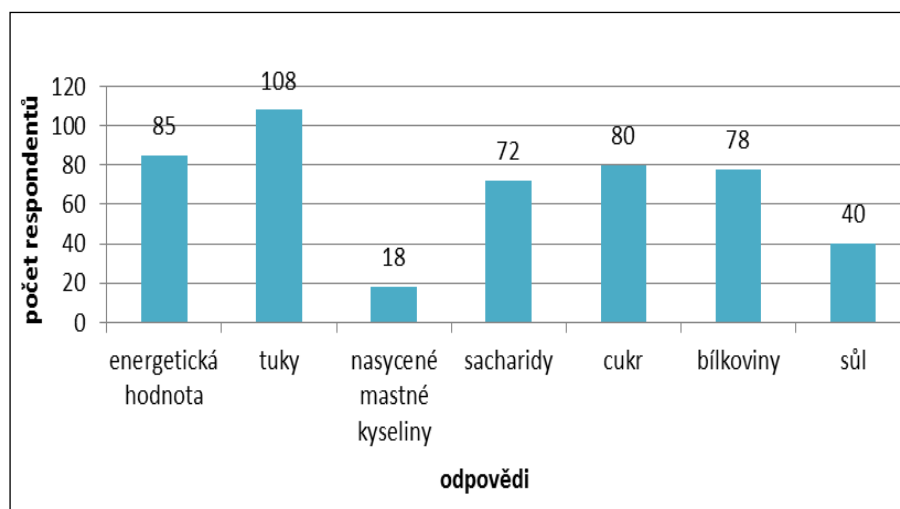


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 14: Co patří mezi povinné výživové údaje na obalech potravinářských výrobků?

Tato otázka byla směřovaná k tomu, aby bylo zjištěno, zda respondenti mají povědomí o výživových údajích na obalech potravin. Z celkového počtu dotazovaných 250, dokázalo na tuto otázku odpovědět 178 (71 %) respondentů, zbylých 72 (29 %) tázaných nemělo na tuto otázku odpověď nebo špatně vypsali výživové údaje. Správnost a počet výživových údajů je uvedeno v viz. kap. 2.4.1.1. balené potraviny. Z 178 respondentů napsali minimálně 2 výživové údaje. Celkově nejvíce se u respondentů objevovaly tuky, 108 odpovědí (22 %). Dále pak se objevovala energetická hodnota 85 odpovědí (18 %), poté cukry a bílkoviny byly zaznamenány v 80 (17 %) a 78 (16 %) případech. Nejmeně bylo napsáno výživových údajů soli a nasycené mastné kyseliny, kde bylo zaznamenáno v 40 (8 %) a 18 (4 %) případech. I když jsou to položky, které nebyly pro dotazované dostatečně známé, i přesto je napsalo 40 (22 %) respondentů z 178 a 18 (10 %) respondentů je zmínilo ve svých odpovědích.

Graf 124 - Povinné výživové údaje

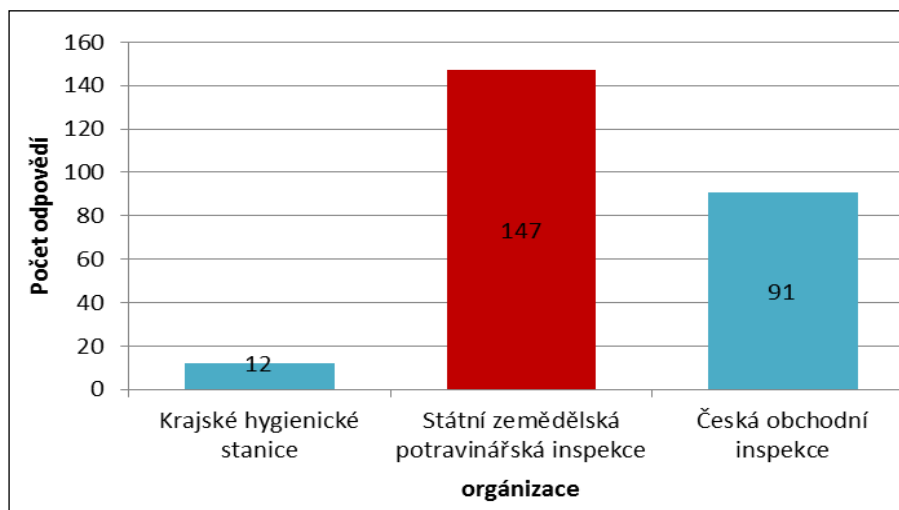


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 15: Jaký orgán kontroluje povinné údaje na potravinách v České republice?

Na tuto otázku odpovídali všichni respondenti, kteří se účastnili dotazníkového šetření. Správná odpověď na tuto otázku je, že orgán kontrolující povinné údaje na potravinách v České republice je Státní zemědělská potravinářská inspekce. Od roku 2015 přibyla i kontrola všech veřejných stravovacích zařízení a jedná se především o kontrolu výroby, přepravu i prodej potravin a pokrmů a uchovávání potravin. Na tuto otázku správně odpovědělo 147 respondentů (59 %), kteří mají povědomí o kontrolní činnosti SZPI. Dále 91 respondentů (36 %) uvedlo za odpověď Českou obchodní inspekci a v poslední řadě 12 respondentů (5 %) uvedlo v dotazníku, že kontrolujícím orgánem jsou Krajské hygienické stanice.

Graf 135 - Kontrolní orgán

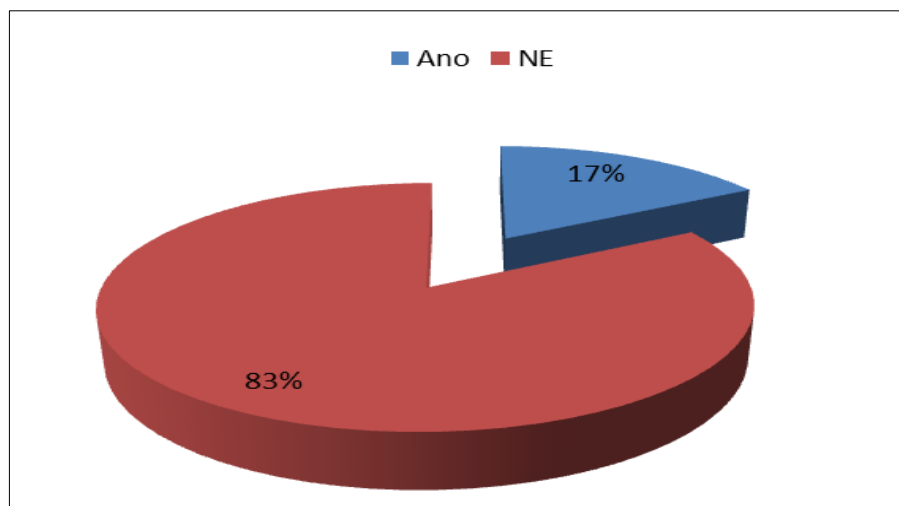


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 16: Postrádáte nějaký údaj na obalech potravin?

Na otázku číslo 16 odpovídalo 250 respondentů účastnících se výzkumu. Většina respondentů uvedla, že jim žádný údaj na obalech potravin nechybí a to 83 % (207 respondentů), zbylých 17 % (43) uvedlo, že některé údaje na obalech potravin postrádají.

Graf 146 - Postradatelnost údajů na obalech



Zdroj: vlastní zpracování

Těm, kterým na obalech nějaký údaj chybí, byla položena otázka, co přesně by doplnili nebo změnili, aby údaje na obalech byly vyhovující. Z celkového počtu 43 dotazovaných respondentů, 34 uvedlo nějaký nápad na zlepšení, které jsou uspořádány v následující tabulce.

Tabulka 7 - Odpověď ano na otázku č. 16 podle pohlaví

	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta
15 - 25	19	44 %	5	12 %	24	56 %
26 - 35	8	19 %	2	5 %	10	23 %
36 - 45	3	7 %	0	0 %	3	7 %
46 - 60	1	2 %	0	0 %	1	2 %
61 a více	1	2 %	2	5 %	3	7 %
méně než 15	2	5 %	0	0 %	2	5 %
Celkem	34	79 %	9	21 %	43	100 %

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 8 - Odpovědi na zlepšení údajů

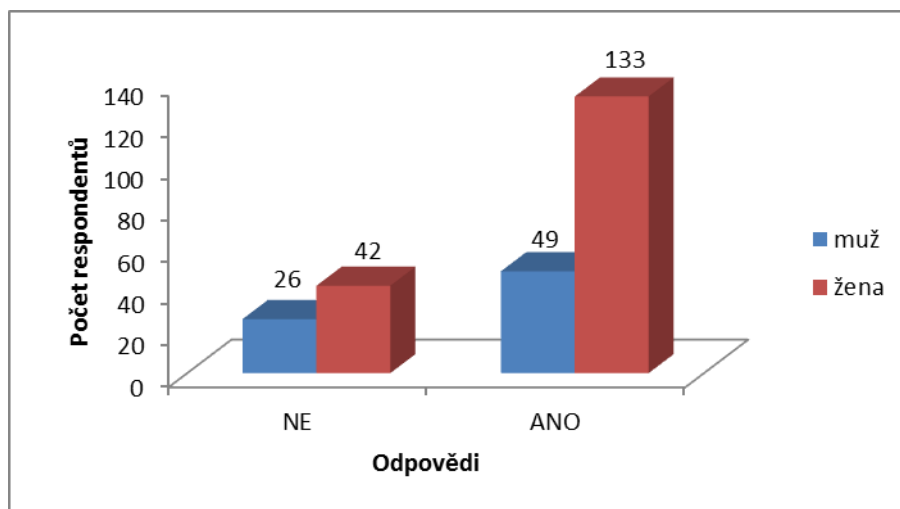
Nejčastější odpovědi	počet odpovědí
pokyny ke třídění	1
druh použitého tuku	2
skutečnou zemi původu, ne pouze EU	12
označení škodlivých látek pro lidský organismus	5
vysvětlivky pro "E"	6
uveden přímý název palmový olej, pokud potravina obsahuje	2
uvedeno zda potravina obsahuje živočišné složky a % vyjádření	2
obsah trans mastných kyselin	1
označení VEGAN na produktech	1
obsah vlákniny	1
podíl všech složek v % vyjádření	4
Celkem	37

Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 17: Čtete návody na potravinách?

V této otázce zodpovídali všichni dotazovaní respondenti, kteří se účastnili dotazníkového šetření. Z důvodu zvýšení informovanosti spotřebitelů na toto téma, je nutné zjistit, zda vůbec spotřebitelé čtou potřebné návody na potravinách, které jsou součástí povinných údajů na obalech potravin. Z celkového počtu 250 respondentů 27 % (68 účastníků) označilo odpověď ne, že absolutně nečtou návody na potravinách. Většina dotazovaných respondentů, a to 73 % (182 dotazovaných) uvedlo odpověď ano, že čtou návody na potravinách.

Graf 157 - Návody na potravinách



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 9 - Návody na potravinách podle pohlaví

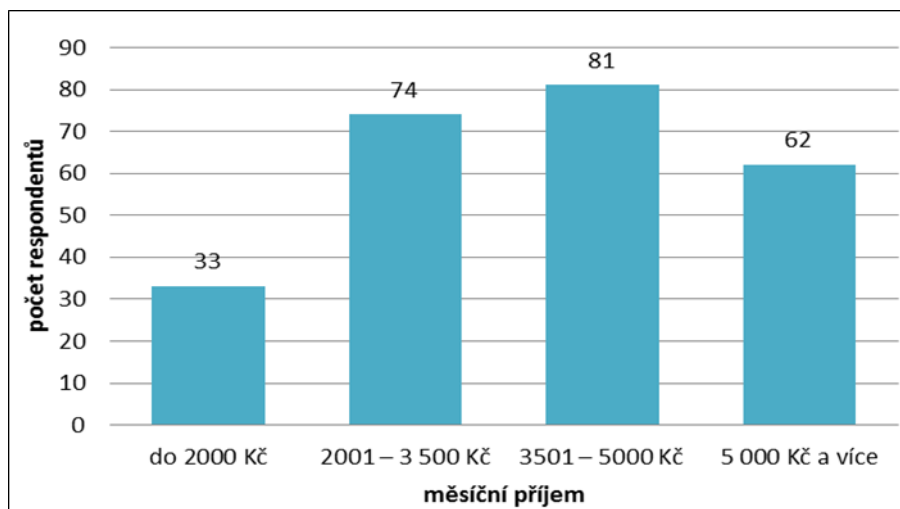
	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta	Absolutní hodnota	Procenta
ANO	133	53 %	49	20 %	182	73 %
NE	42	17 %	26	10 %	68	27 %
Celkem	175	70 %	75	30 %	250	100 %

Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 18: Kolik utratíte za potraviny měsíčně na domácnost?

V této otázce odpovídali také všichni účastníci. Nejvíce respondentů 81 (32 %) odpovědělo, že celkově za potraviny utratí měsíčně kolem 3501 – 5000 Kč na domácnost. Dále na druhém místě se objevila položka za nejčastější částku při nákupu, a to 2001 – 3500 Kč na domácnost v celkovém počtu 74 respondentů (30 %). Nejmenší položkou do 2000 Kč označilo 33 respondentů (13 %) a 5000 Kč a více označilo 62 respondentů (25 %).

Graf č. 18 - Měsíční útrata za potraviny

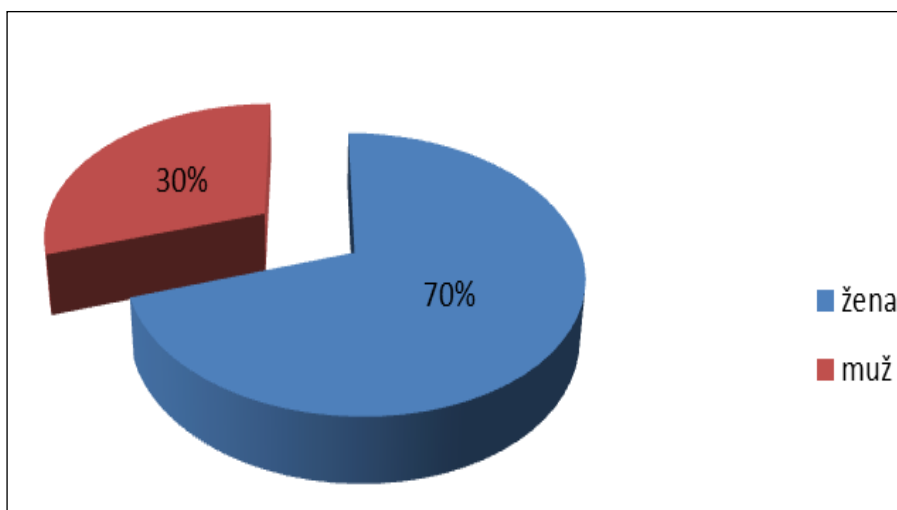


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 19: Pohlaví?

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 250 respondentů, z toho 175 (70 %) žen a 75 (30 %) mužů.

Graf 19 - Pohlaví

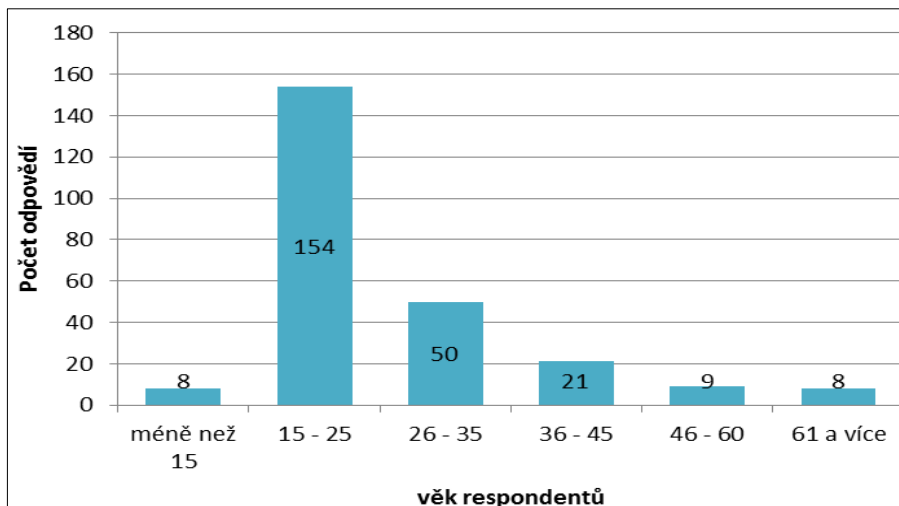


Zdroj: vlastní zpracování

Věková kategorie pro tento dotazník byla rozdělena do 6 kategorií. Celkově ze všech účastníků dotazníkového šetření bylo nejvíce 154 (62 %) respondentů ve věku 15 - 25 let. Jako první nejmladší kategorií byli respondenti, kterým nebylo ještě 15 let, celkově se zúčastnilo 8 (3 %). Třetí kategorií a druhou nejvíce obsaženou byla věková kategorie 26 – 35 let. V této kategorií se zúčastnilo 50 (20 %) účastníků. Poté následovala kategorie 36 – 45 let, v té bylo zahrnuto 21 (8 %) účastníků a poslední dvě

kategorie patřili účastníkům ve věku 46 – 60let a 61 a více. V té první kategorii se odpovídalo 9 respondentů (4 %) a v nejstarší kategorii zaznamenávali odpovědi 8 dotazovaných (3 %).

Graf 2016 - Věk

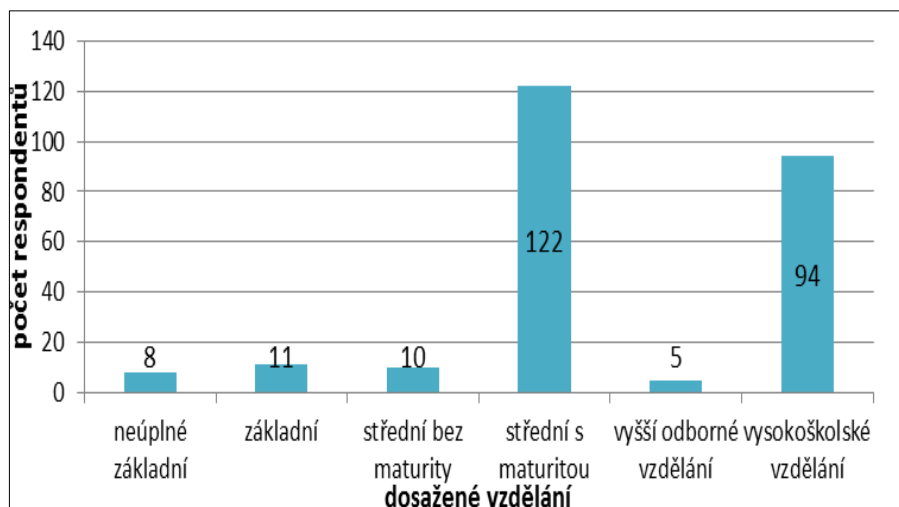


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 21: Jaké je Vaše maximální dosažené vzdělání?

Tuto informativní otázku zodpovídali všichni dotazovaní. Škála dosaženého vzdělání byla rozdělena do 6 kategorií. První kategorií byli dotazovaní, kteří neukončili základní vzdělání. Už podle počtu respondentů podle věku i podle dosaženého vzdělání nám koresponduje 8 účastníků (3 %). Základní vzdělání mělo dokončeno 11 účastníků (4 %) při vyplňování tohoto dotazníku. Středoškolsky vzdělaných účastníků bez maturity bylo tázano 10 (4 %) a s ukončením maturitní zkoušky 122 (49 %). Dokončené vyšší odborné vzdělání zodpovídalo na dané otázky 5 (2 %) tázaných a dokončené kompletní vysokoškolské vzdělání mělo při tomto výzkumu 94 (38 %) účastníků.

Graf 2117 - Maximální dosažené vzdělání

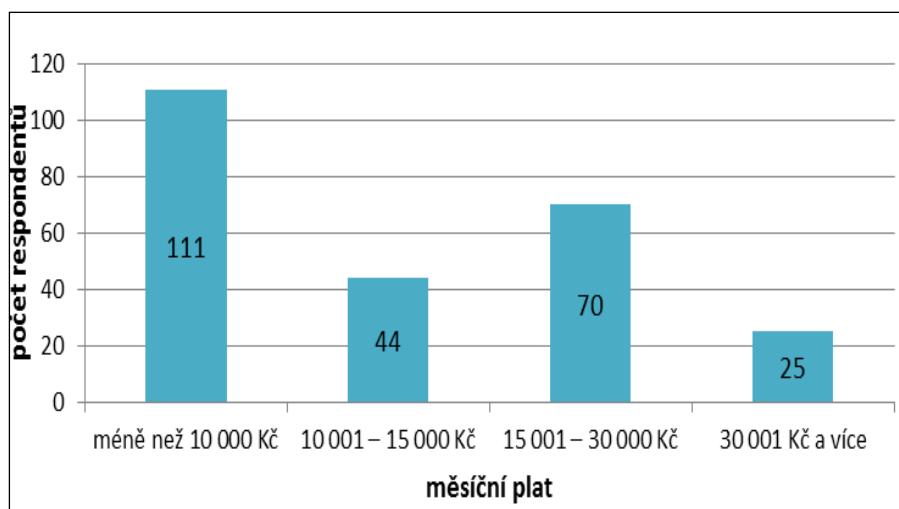


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 22: Jaký je Váš průměrný měsíční plat?

Na otázku číslo 22 zodpovídali také všichni účastníci dotazníkového šetření. Odpovědi na danou otázku byly rozděleny do 4 hranic. Nejvyšší počet respondentů 111 (44 %) má v průměru měsíční příjem méně než 10 000 Kč. Další škálou je hranice 10 001 – 15 000 Kč. Tuto hranici označilo 44 (18 %) respondentů. Druhou nejpočetnější odpovědí byl měsíční příjem 15 001 – 30 000 Kč. Tuto odpověď uvedlo 70 (28 %) respondentů. Nejmenší skupinou účastníků tvoří měsíční hranice 30 000 Kč a více. Tuto kategorií označilo 25 (10 %) respondentů.

Graf 22 - Měsíční příjem

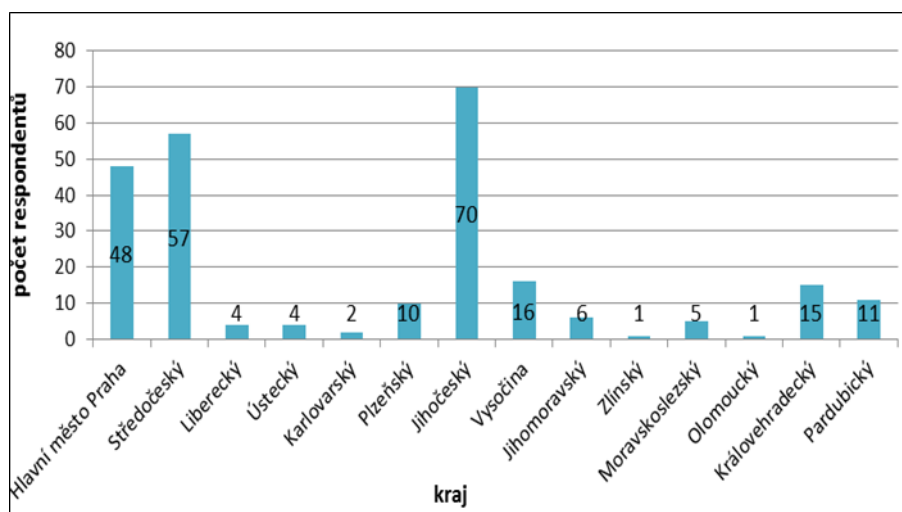


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 23: V jakém kraji bydlíte?

Na předposlední otázku odpovídali všichni respondenti. V dotazníkovém šetření bylo zastoupeno účastníků ze všech krajů České republiky. Největší část tvořili respondenti z Jihočeského kraje 70 (28 %) účastníků, dále pak byl nejvíce zastoupen kraj Středočeský a hlavní město Praha, kde se účastnilo 57 (23 %) a 48 (19 %) dotazovaných. Následoval kraj Vysočina s 16 (6 %) účastníky, Královehradecký kraj celkem s 15 (6 %) respondenty, dále Pardubický kraj zastoupený 11 (4 %) členy a Plzeňský s celkovým počtem 10 (4 %) dotazovaných. S podobnými počty dopadl kraj Moravskoslezský a Jihomoravský, kde se sbírala data na 5 (2 %) a 6 (2 %) členů. Stejně zastoupení shledaly kraje Ústecký a Liberecký s počtem 4 (2 %) respondentů. Nejméně se našlo zastoupení v Olomouckém a Zlínském kraji s 1 (0 %) účastníkem. V Karlovarském kraji uvedlo své odpovědi 2 (1 %) respondenti.

Graf č. 23 - Bydliště



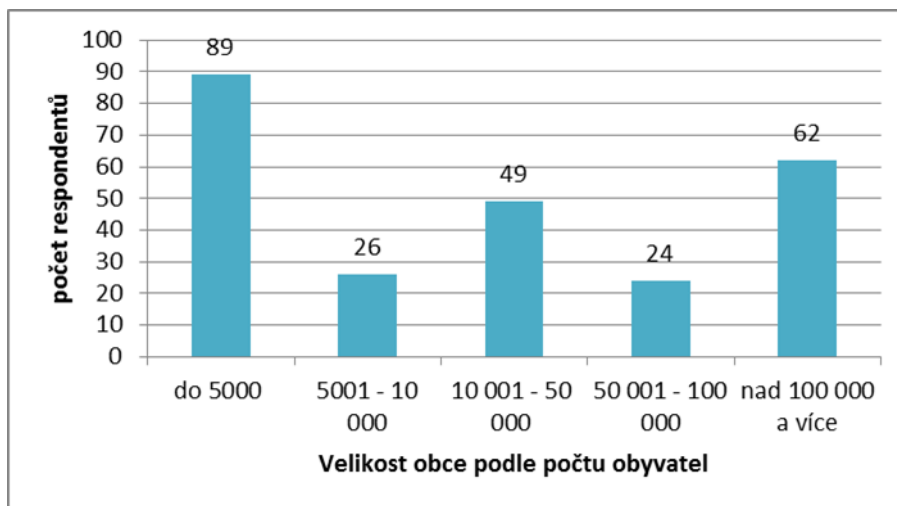
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 24: Velikost obce, ve které bydlíte?

Na tuto odpověď opět odpovídali všichni respondenti a všichni spadají do všech kategorií. Pro tuto otázku bylo zvoleno 5 kategorií. Největší počet respondentů 89 (36 %) má trvalé bydliště s celkovým počtem obyvatel do 5000, dále pak se řadí dotazovaný s trvalým bydlištěm na 100 000 a více obyvatel s počtem 62 (25 %), hlavním důvodem je velké zastoupení respondentů z hlavního města Prahy. Na třetí příčce s největší zastoupeností jsou respondenti bydlící v městě, které má 10 0001 – 50 000 obyvatel s celkovým počtem 49 (20 %) dotazovaných. Podobnými výsledky

disponují kategorie s celkovým počtem obyvatel 5001 – 10 000 a 50 001 – 100 000 a 26 (10 %) a 24 (10 %) respondentů.

Graf č. 24 - Velikost obce



Zdroj: vlastní zpracování

4.3 Zhodnocení hypotéz

1. hypotéza: Větší zájem o údaje na obalech potravin mají ženy než muži

Hypotéza se vztahuje k odpovědím respondentů u otázek č. 4. „Všímáte si údajů na obalech potravin?“.

Z celkového počtu 175 žen, které odpovídaly na tento dotazník, na tuto otázku kladně odpovědělo 147, což je 84 %. V případě 75 mužů, kteří odpovídali na tento dotazník, kladně na tuto otázku 59, což je 79 %.

Z těchto odpovědí u otázky č. 4 vychází, že o údaje na obalech potravin mají větší zájem ženy než muži.

Hypotéza potvrzena.

2. hypotéza: Více než 1/3 respondentů by preferovala přehlednější a čitelnější údaje na potravinách.

K této hypotéze se vztahují odpovědi respondentů u otázky č. 8 z dotazníkového šetření.

Na tuto otázku odpovědělo 170 (68 %) respondentů, že pro ně údaje na obalech potravin jsou dostatečně čitelné a tudíž není potřeba měnit velikost nebo styl písma. Zbylých 80 (32 %) respondentů uvedlo, že by preferovali čitelnější údaje.

Jedna třetina respondentů z 250 činí 83 respondentů a podle dotazníkového šetření by 80 respondentů zlepšilo velikost a styl písma.

Hypotéza vyvrácena.

3. hypotéza: Méně než polovina respondentů zná minimálně 5 povinných údajů.

Hypotéza vychází z odpovědí respondentů u otázek č. 5 a 6.

Na první otázku je známá už odpověď v hypotéze č. 1, kdy 49 % (196 respondentů) má povědomí o existenci povinných údajů. Podle předchozí otázky by na otázku č. 6 mělo odpovídat 122 respondentů, odpověď uvedlo pouze 100 z nich. Z grafu je zřejmé, že nikdo nedokázal vypsát všech 11 povinných údajů. Pouze 2 respondenti vypsali 7 údajů, z toho byl 1 respondent ve věku méně než 15 let. Dále 7 respondentů uvedlo 6 správně napsaných údajů a 15 napsalo 5 povinných údajů na potravinách. Nejčastěji byly uváděny 3 údaje. Z toho vyplývá, že na první otázku nedokázalo odpovědět kladně méně než polovina respondentů a 5 a více povinných prvků na obalech potravin dokázalo napsat pouze 24 respondentů (24 %). Méně než polovina respondentů zná 5 povinných údajů na obalech potravin.

Hypotéza potvrzena.

4. hypotéza: Respondenti se středoškolským vzděláním se zajímají o povinné údaje na potravinách méně než respondenti s vysokým nebo vyšším odborným vzděláním.

Hypotéza vychází z odpovědí respondentů u otázky číslo 5. Na tuto otázku bylo obecně zodpovězeno v předešlých hypotézách. Podle tabulky, která se týká cílové skupiny respondentů s maximálně dosaženým vzděláním, vychází, že kladně odpovědělo celkem 59 (26 %) respondentů se středoškolským vzděláním s maturitou a bez maturity. Respondenti s vysokoškolským a vyšším vzděláním na tuto otázku odpovědělo kladně 51 (22 %). Podle těchto výsledků se respondenti se středoškolským

vzděláním více zajímají a mají větší povědomí o povinných údajích na obalech potravin než respondenti s vysokoškolským a vyšším odborným vzděláním.

Hypotéza vyvrácena.

5. hypotéza: Více než 1/3 respondentů zná nové změny podle novely o potravinách a podle nařízení o označení potravin EU.

K této hypotéze se vztahují odpovědi respondentů u otázek č. 11, 12, 13 a 15.

V otázce číslo 11 se zjišťuje, jaké je správné tvrzení podle nové novely zákona o uvádění zemi původu na obalech potravin. Správně na tuto otázku zodpovědělo 197 (79 %) respondentů.

Další otázka č. 12 zjišťovala, zda respondenti vědí správné tvrzení v označování alergenů na obalech. Správně uvedlo odpověď 181 (72 %) respondentů.

V následující otázce byli respondenti dotazováni na správné uvedení složení na obalech potravin. Správnou odpověď označilo 192 (77 %) respondentů.

Poslední otázka se týkala, jaký kontrolní orgán má na starosti správné označování potravin. Správnou odpověď na tuto otázku uvedlo 147 (59 %) respondentů.

Protože na každou otázku vztahující se k této hypotéze odpověděli správně více než 1/3 respondentů (83), vyplývá z toho, že více než třetina respondentů zná nové změny, které se týkají označování potravin.

Hypotéza potvrzena.

4.4 Hlubkový rozhovor

Rozhovor se uskutečnil s panem Ing. Romanem Knopem vedoucím odboru kontroly ze Státní zemědělské a potravinářské inspekce (dále jen „SZPI“) dne 7. 10. 2015 v dopoledních hodinách v Akademické knihovně Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích.

Pan Ing. Roman Knop odpovídal na připravené otázky k danému tématu bakalářské práce.

Jako první otázka byla položena, zda zákon a novely o označení potravin jsou dostačující nebo zda by doporučil nějaké zlepšení v této sféře. Pan inženýr uvedl,

že novela zákona o potravinách bude opět znovu novelizována a to z důvodu implementace tabákové směrnice a doplnění změn, které v této novele chybí např. změny v kompetencích mezi dozorovými orgány. Co se týče přímo označování potravin na obalech potravinářských výrobků, zde by se žádné změny konat neměly. Podle pana inženýra Knopa by novela o potravinách mohlo být doplněné o hmotnost, která v novele prozatím chybí.

Další otázka se týkala především kontrolní činnosti subjektů na území ČR a problémů v označování potravin. Pan inženýr uvedl, že v označování balených potravin v maloobchodních nebo velkoobchodních jednotkách se nevyskytují velké problémy. Problémem může ale být, zda to co je napsané na obalu, je ve skutečnosti i uvnitř, ale to už se netýká velkoobchodních či maloobchodních jednotek nýbrž výrobců. Bohužel falšování výrobků je stále aktuálním tématem. Převážně se stává, že drahé suroviny jsou nahrazeny levnějšími surovinami.

U nebalených potravin byla po novele zákona změna v uvedení výrobce a alergenů v blízkosti potravin. S tímto problémem v označování se stále SZPI potýká, ale předpokládají, že je to otázka dvou let, kdy vše bude v pořádku. Dalším problémem je hlavní složka v potravinách. Je potřeba kontrolovat, zda názvy na obalech potravin nejsou zavádějící např.: džus Relax s názvem tropického ovoce na obalu (kaktus, lichi...), ale ve skutečnosti tyto džusy obsahovaly pouze 0,5 % - 1 % této suroviny, v tomto případě by se tak určitě výrobek neměl jmenovat, protože to hraničí s klamáním spotřebitele.

Tato otázka navazovala na další otázku, která se týkala sankcí za nedodržení správnosti označování potravin. Bylo uvedeno, že veškeré porušení se probírá ve správním řízení nebo mimosoudní cestou. Správní řízení se týká subjektů, které opakovaně porušují pravidla v označování potravin. Pokuty za nedodržení požadovaných údajů se dávají úměrně k velikosti podniku, a to z důvodu nezkrachování subjektů. V případě bezpečnosti potravin se udělují pokuty řádově i 50 mil. Kč. Kontrolní činnost je uskutečňována inspektory, kterým je přiřazeno území, za které zodpovídají. Všechny subjekty jsou zkontrolovány během dvou let, kdy některé subjekty mohou být navštíveny i 5krát za rok, pokud je to nezbytné a potřebné.

Další otázka se zabývala informovaností spotřebitele a s jakými dalšími prostředky kromě prostřednictvím sociálních sítí (facebook.com a twitter.com) a webových stránek (potravinynapranyri.cz) hodlá SZPI zvýšit povědomí u spotřebitelů. Na tuto otázku pan inženýr uvedl, že větší iniciativu v propagování označování potravin novými prostředky se v bližší době nekonají. Domnívá se, že SZPI je dostatečně povědomá spousty spotřebitelům a snaží se pro to dělat maximum jak už pomocí uvedenými prostředky výše tak vystupováním odborníků v rádiích a v televizi. Činnost SZPI se rok na roku dostává do povědomí více spotřebitelům.

Předchozí otázka navazovala na další otázku, která byla přímo cíleně věnována dvou věkovým kategoriím, a to školákům na základních školách a seniorům. Ohledně jejich informovanosti a povědomí si pan inženýr myslí, že vzdělávací akce pro širokou veřejnost se nekonají, pouze se prezentují na veletrzích (např. Salima). Hlavní činností vzdělávacích prostředků, je snaha, aby se každý spotřebitel při nákupu dokázal rozhodnout sám a dostal ty nej kvalitnější informace.

Podle podnětů mají senioři velké povědomí o označování potravin, z důvodu rozhlasové i televizní aktivity SZPI, kdy senioři mají více času sledovat veškeré novinky více než pracující člověk. Co se týče školáků, ty takovou informovanost podle pana inženýra Knopa nemají a mají pouze informovanost prostřednictvím rodičů. Od prosince 2015 začíná povinnost pro výživové údaje, které do této doby byly nepovinné. Právě pro tuto skupinu školáků by se chtěli snažit zlepšit orientaci, aby například věděli, která potravina je zdravá a která ne. Bohužel kromě rodičů jsou školáci ovlivněni i zázemím školy a jaké správné potraviny jim nabízí.

Další otázka byla mířena na novou kontrolní činnost, kterou převzala SZPI po krajských hygienách, a to kontrolování restauračních zařízení. Podle novely zákona označování pokrmů musí být označeno názvem a musí být uvedena informace o alergenech. Jediný nedostatek vidí pan inženýr v tom, že by u alergenů měl být uveden i druh suroviny. Když pokrm obsahuje mouku, je dobré vědět, z jaké mouky (pšeničná, žitná...) je vytvořen a to samé platí i u oříšků (vlašské nebo lískové). Tato informace se ale nehodlá v blízké době implementovat do zákona. SZPI také nebude věnovat pozornost výčtu všech surovin, z které je ten pokrm uvařen, což by mohlo pomoci návštěvníkům restauračních zařízení. SZPI kontroluje pouze restaurační

provozy bez ubytovacích zařízení. Kromě restaurací kontroluje SZPI i pivnice, vinice, herny, kluby, atd....

Poslední otázka se týkala výjimek v označování potravin u některých podniků (např.: mikro podniky). Na tuto otázku bylo uvedeno, že v označování potravin výjimky neexistují a všechny subjekty se musí řídit platnou legislativou v označování potravin (Knop, 2015).

4.5 Návrhy a zlepšení

Celkové povědomí spotřebitelů o označení povinných údajích na obalech potravinářských výrobků je nedostačené podle dotazníkového šetření, důvodem je krátká platnost novely zákona o povinnostech značení potravin, proto by bylo dobré se na tuto problematiku více zaměřit.

Doporučené návrhy:

- **Výukový program pro děti a mládež na základních školách.**
- **Reklama v dopravních prostředcích (specializovaná na vlaky a metra)**
Jednalo by se o vylepování reklam v městských hromadných prostředcích a veřejné dopravě, které by zábavnou formou informovaly cestující o potravinové legislativě a označování potravin. S tímto by souviselo i spolupráce s veřejnými dopravci po území ČR. Za autobusovou dopravu by byla navázána komunikace se Student Agency s.r.o., Bus Line, ČSAD. Po kladné odezvě by se reklamy rozšiřovaly k dalším dopravcům. Za vlakovou dopravu by byly osločovány České dráhy a.s., RegioJet a.s. a LEO Express a.s., kde by reklama byla součástí tištěného časopisu v soupravách. V městské dopravě by se objevovaly reklamní bannery v metru, tramvajích a autobusech. První vlna propagace by se odehrávala v Praze a poté by se rozšiřovala do všech velkých měst.
- **Informační akce ve spolupráci s obchodními řetězci**
Tato informační akce by se uskutečnila ve spolupráci s velkými potravinovými řetězci, jako jsou Tesco, Kaufland, Albert a Billa. Tato kampaň by

se zaměřovala převážně na děti, jejichž náplní by bylo sbírání kartiček do knížky, která by vedla výukovou formou k informovanosti spotřebitelů.

- **Mobilní aplikace jako forma hry**

Tato aplikace by měla zvýšit povědomí spotřebitelů o potravinách. Jednalo by se o bezplatnou verzi. Hra by se odehrávala v supermarketu, kde by každý uživatel musel splnit různé úkoly, díky kterým by se informoval o povinných údajích. Hra by byla navržena tak, aby nenásilnou formou naučila spotřebitele dané problematice. Kromě označení potravin by byla hra navrhována i na zlepšení povědomí o ochraně spotřebitele.

První výše uvedený návrh by se zaměřoval na naučný program pro děti a mládež. Důvodem výběru této cílovou skupinu, je, že díky dětem se dostane povědomí o této problematice do celé rodiny, a tudíž se rozšíří mezi více spotřebitelů.

Tento program by byl vytvořen pod záštitou nestátní neziskové organizaci Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace z.s., která se zabývá pomocí spotřebitelům a prosazováním jejich zájmů prostřednictvím bezplatné právní poradny (Sdružení obrany spotřebitelů SOS Asociace, 2015). Protože tento projekt bude vytvářen a uskutečňován přes tuto organizaci je možné využít dotací, které každoročně vypisuje pomocí výběrového řízení v oblasti ochrany spotřebitele na výchovné a vzdělávací akce MPO (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2015).

Jednalo by se o výukový program formou hry, které by byla uskutečňována jako online vzdělání na základních školách. Náplní materiálů by byly povinné údaje na obalech potravin, a jaké nekalé praktiky mohou spotřebitele postihnout při nákupu potravin. Dále by žákům byly představeny dozorové orgány a spotřebitelské organizace, které se touto problematikou zabývají, aby věděli, na koho se mohou v případě problémů obrátit.

Tento program by byl součástí výuky žáků v hodinách občanské nauky, kdy v rámci dvouhodinového bloku by si žáci vypracovali dané úkoly a tím by získali potřebné informace, které by dále využívali. Na konci každého školního roku by od Sdružení obrany spotřebitelů byla vyhlášena soutěž pro základní školy, jejímž úkolem by bylo natočit video na téma „Označování potravin“. Video by muselo být dlouhé

maximálně 10 min a muselo by obsahovat pouze správné informace, aby neklamali další spotřebitele. Reprezentované video za školu by se poslalo na organizaci ke kontrole a následně by bylo nahráno pod štítkem organizace na internetový portál youtube.com, kde by ostatní uživatelé mohli hlasovat o nejlepší video. Hlavní cenou by byl výlet pro reprezentovanou třídu za školu do předem určené lokality. Zapojit do této akce by se mohly všechny školy na území České republiky.

Náklady spojené na tuto akci by byly především na:

- výukový program, který by se musel vytvořit s pomocí SZPI,
- internetové stránky, kde by byly výukové materiály k dispozici. Správce stránek, který by měl na starosti aktualizaci internetových stránek a zároveň aktualizaci informací ve výukových plánech,
- jednorázová odměna pro 5 kontaktních osob, které by měly na starosti schvalování a nahrávání videí na youtube.com a
- v neposlední řadě zaplacený školní výlet pro celou třídu.

Podle údajů Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR je na území České republiky za rok 2015 celkem 4115 škol, z toho speciálních je 568. (Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy [MŠMT], 2016).

Pokud je počítáno se třídami na všech školách vyjma speciálních, účastnilo by se projektu 3 547 škol.

Výukový program

V rámci zjišťování nákladů na tento program byly osloveny 3 firmy ohledně propočtení nákladů na naprogramování výukového programu pro děti. Bohužel ani jedna z firem neposkytla dané informace. Po konzultaci se studenty navazujícího studia z Univerzity Pardubice z fakulty elektroniky a informatiky byla navržena částka 110 000 Kč na vytvoření programu.

Internetové stránky a jejich aktualizace

Náklady na vytvoření webových stránek, kde by byl program ke stažení k dispozici, by se pohybovaly kolem 10 000 Kč (Antstudio, 2016). Cena za registraci stránek činí 249 Kč měsíčně, to znamená, že náklady za rok by byly 2 988 Kč

(webnode, 2016). Správě webu by byla věnována hodina denně. Cena za tuto službu je 400 Kč za hodinu. Mezi náplní této služby patří: úprava a aktualizace webových stránek (obrázků, psaných textů změny struktury webu, změny grafické práce), rozšíření stránek o další sekce, kontrola a sledování webu s tím související doporučení úpravy a změny stránek, sledování webu na vyhledávacích, vyhledávání příležitostí propagace webu na internetu (Berankova.cz, 2016). Na aktuální kalendářní rok připadá 252 pracovních dnů, takže při využití služby hodiny denně by byla celková cena pohybovala za rok 100 800 Kč (Kalendář-online.cz, 2016)

Každoročně by byly aktualizovány informace v dané problematice na těchto webových stránkách. Tyto informace by spravovala kompetentní osoba z SOS, která by měla na starosti aktualizovat informace ohledně označení potravin. Náklady na jeho práci jsou v rámci platu od SOS.

Náklady na osoby, které by měly na starosti schvalování a nahrávání videí na youtube.com

Pokud by se účastnily všechny základní školy, bylo by přijato 3547 videí, proto pokud by vyhodnocení soutěže trvalo jeden měsíc, je zapotřebí 5 osob, které budou videa kontrolovat a nahrávat. Poté by následovalo 14denní hlasování uživatelů na internetovém portálu.

Jednorázová odměna pro 5 osobu při průměrné hodinové mzdě 134 Kč a výkonu práce 7 hodin denně činí 46 900 Kč (EuroZprávy.cz, 2014). Kompetentní osoby budou zaměstnány na dohodu o provedení práce. Pokud budou mít podepsané Prohlášení poplatníka daně z příjmu fyzických osob ze závislé činnosti, nebudou muset odvádět srážkovou daň z příjmu 15 % díky celkovému příjmu do 10 000 Kč. Protože jejich příjem bude 9 380 Kč, nebudou muset odvádět žádné sociální ani zdravotní pojištění, vypočítána čistá mzda na osobu činí 9 380 Kč (finanční-web.cz, 2016).

Náklady na školní výlet

Pobyt pro výherce byl stanoven 10denní výlet do Španělska s polopenzí autobusem. Cena na osobu činí 8 990 Kč (Monatour, 2016). Za předpokladu, že průměrný počet žáků je 20 a je potřeba 2 dohlížejících osob, celkové náklady na pobyt činí 197 780 Kč. (MŠMT, 2016).

Tabulka 10 - Celkové náklady

	Kalkulace za celý projekt / rok
Výukový program	110 000 Kč
Vytvoření webových stránek	10 000 Kč
Náklady na registraci	2 988 Kč
Náklady na spravování webu	100 800 Kč
Mzdy pracovníkům spravující videa	46 900 Kč / netto pro 5 osob
Náklady na školní výlet	197 780 Kč
Celkem	468 468 Kč

Zdroj: studenti Pardubice, Antstudio, webnode, berankova.cz, finanční-web.cz.cz, Monatour, MŠMT, 2016

5. Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zjistit informace ohledně povědomí spotřebitelů o povinných údajích na obalech potravinářských výrobků. Díky těmto informacím byly posléze navrženy návrhy na zlepšení o povědomosti v této problematice. Aby bylo dosaženo tohoto cíle, bylo zrealizováno dotazníkové šetření, kterého se účastnilo 250 respondentů. Další výzkumnou metodou byl řízený hloubkový rozhovor s Ing. Knopem ze SZPI.

Na základě výsledků dotazníkového šetření byly zodpovězeny následující hypotézy.

První hypotéza: „Větší zájem o údaje na obalech potravin mají ženy než muži.“, byla potvrzena, protože na otázku, která se k této hypotéze vztahovala, odpověděli respondenti mužského pohlaví záporněji než ženy. Je obecně známé, že se o potraviny, jejich kvalitu a označování zajímají spíše ženy, proto by bylo dobré se zaměřit a nalákat i mužské pohlaví, aby se o tuto problematiku více zajímali.

Druhá hypotéza zněla: „Více než jedna třetina respondentů by preferovala přehlednější a čitelnější údaje na potravinách“. Tato hypotéza byla vyvrácena, protože 170 (68 %) respondentů uvedlo, že údaje na obalech potravin jsou dostatečně čitelné a není potřeba to vylepšovat. Zbýlých 80 (32 %) respondentů by preferovala čitelnější údaje, ať už změnu velikosti nebo stylu písma. Dle názoru autorky je velikost písma i počet údajů na obalech dostatečný, a pokud by se zvětšilo písmo, nemusel by už zbýt dostatek prostoru pro ostatní údaje na obalech. Zejména by tento problém mohl nastat u potravin, u kterých je velikost obalu menší než 80 cm².

Další hypotéza zněla: „Méně než polovina respondentů zná minimálně 5 povinných údajů na potravinách.“ Tato hypotéza byla potvrzena, protože pouze 24 % respondentů dokázalo vypsát více jak 5 povinných údajů na potravinách. Pravděpodobným důvodem je, že v dnešní době spotřebitelé nevnímají důležitost tyto informace sledovat. Nejčastěji tyto informace sledují spotřebitelé, kteří mají zdravotní problémy a musí kvůli svému stavu tyto skutečnosti sledovat. Bylo by dobré údaje sledovat, protože to úzce souvisí i s problematikou ochrany spotřebitele.

Čtvrtá hypotéza zněla: „Respondenti se středoškolským vzděláním se zajímají o povinné údaje na potravinách méně než respondenti s vysokým nebo vyšším odborným vzděláním.“ Tato hypotéza byla vyvrácena, protože podle dotazníkového šetření se respondenti se středoškolským vzděláním zajímají více než respondenti s vysokoškolským vzděláním. Podle názoru autorky se obecně spotřebitelé o tuto problematiku zajímali, protože novela zákona byla velmi diskutovaným tématem, než vešla v platnost.

Poslední hypotéza zněla: „Více než jedna třetina zná změny novely o potravinách a nařízení o označení potravin EU“. Tato hypotéza byla potvrzena, protože na veškeré otázky, které se k této hypotéze vztahovaly, zodpovědělo více než 1/3 respondentů správně.

Obecně lze říct, že celkové povědomí o údajích na obalech potravin dopadlo podle dotazníkového šetření uspokojivě, ale i přes to bylo v návrzích doporučeno, aby se této problematice více věnovalo.

Pro školy byl navržen online výukový program, který by se zakomponoval do výuky občanské výchovy. Žáci by poté využili získaných informací k natočení naučného 10 minutového videa. Trendem dnešní doby je natáčení a streamování vlastních videí a následně sledování ostatních uživatelů. Tímto by žáci kromě vlastních poznatků, které získali formou výukového programu, rozšiřovali jeho povědomí k dalším spotřebitelům.

Dále byla navržena reklama v dopravních prostředcích převážně v městské hromadné dopravě a vlacích. Pomocí vylepované reklamy by se povědomí o označování potravin dostalo k více spotřebitelům.

Dalšími návrhy o zvýšení informovanosti spotřebitelů o označení potravin jsou informační akce ve spolupráci s velkými obchodními řetězci, které by se zaměřovali na děti. Za každý nákup v určité hodnotě by obdržely kartičky, které by je informovaly o povinných údajích na obalech potravin.

Nakonec byla navržena mobilní aplikace, která by formou hry informovala spotřebitele o označování potravin.

I. Summary and key words

This bachelor thesis is focused on the information required for food product packaging. It is divided into two parts: theoretical; and methodology and research results.

The theoretical part deals with consumer protection and details pertinent legislation. In addition, the study outlines the effects on product safety of government and watchdog organizations. The final part deals with compulsory information on food labels. The main part focuses on packaging products, packaging products which label is smaller than 80 cm² and unpacking products.

The main aim of this work is to research consumer awareness of information required on food product labels. Furthermore, it also proposes ways in which the issue could be improved. The research was investigated the questionnaire and individual interview.

The goal of the questionnaire is to confirm or disprove the hypothesis. The hypothesis is focused on the respondents' knowledge of compulsory information on food packing labels.

Key words: food product safety strategy, food legislation, information for food packing products, market research, questionnaire, consumer protection

II. Seznam použitých zdrojů:

Publikace:

1. Babička, L. (2012): *Průvodce světem potravin* (3rd ed.), Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin
2. Dupal, L., Michalová, I. & Novák, K. (2005). *Rádce spotřebitele* (1st ed.), Brno: CP Books
3. Hanzelková, A, Keřkovský, M, Odehnalová, D. & Vykypěl, O. (2009) *Strategický marketing. Teorie pro praxi* (1st ed.), Praha C. H. Beck
4. Hulva, T. (2006). *Právo ochrany spotřebitele* (1st ed.), Praha: ASPI, a. s.
5. Kotler, P. & Keller, K. L. (2007). *Marketing management* (12th ed.), Praha: Grada Publishing
6. Kovářová, K. (2010). *Certifikace potravin* (1st ed.), Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta
7. Otnes, C. C. & Zayer, L. T. (2012). *Gender, Culture and Consumer Behavior*, New York: Routledge
8. Příbová, M. & kol. (1996). *Marketingový výzkum v praxi* (1st ed.), Praha: Grada Publishing
9. Srbová, A. & Vojtko, V. (2011). *Spotřebitelské teorie a realie* (1st ed.), České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.
10. Veber, J. & kol. (2002). *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele* (1st ed.), Praha: Grada Publishing

Internetové zdroje:

1. Antstudio řešení v internetovém mraveništi (2016) *Tvorba webových stránek ceník*. Dostupné z <http://www.antstudio.cz/tvorba-webovych-stranek/cenik.htm>.
2. Berankova.cz (2016) *Ceník*. Dostupné z <http://www.berankova.cz/cenik.php>.
3. European Food Information Council (2008) *Zaostřeno na potravinové alergie*. Dostupné z <http://www.eufic.org/article/cs/artid/Zaostreno-potravinove-alergeny/>.

4. EuroZpravy.cz (2014) *Hodinová mzda 700 Kč? Pro Čechy sci-fi. Velké srovnání.* Dostupné z <http://ekonomika.eurozpravy.cz/ceska-republika/102513-hodinova-mzda-700-korun-pro-cechy-sci-fi-velke-srovnani/>.
5. Finanční-web.cz (2016) *Dohoda o provedení práce (DPP) – kalkulačka čisté mzdy.* Dostupné z <http://www.financni-web.cz/kalkulacky/dpp/>.
6. Informační centrum bezpečnosti potravin (2014) *Systém rychlého varování pro potraviny a krmiva (RASFF).* Dostupné z [http://www.bezpecnostpotravin.cz/stranka/system-rychleho-varovani-pro-potraviny-a-krmiva-\(rasff\).aspx](http://www.bezpecnostpotravin.cz/stranka/system-rychleho-varovani-pro-potraviny-a-krmiva-(rasff).aspx).
7. Informační centrum bezpečnosti potravin (2013) *Bezpečnost potravin v ČR.* Dostupné z <http://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/bezpecnost-potravin-v-cr.aspx>.
8. Informační centrum bezpečnosti potravin (2011) *Systém zajištění bezpečnosti potravin.* Dostupné z <http://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/system-zajisteni-bezpecnosti-potravin.aspx>.
9. Kalendář-online.cz (2016) *Plánovací kalendář online.* Dostupné z <http://www.kalendar-online.cz/planovaci-kalendar?h=8>.
10. Ministerstvo průmyslu a obchodu (2015) *Priority spotřebitelské politiky 2015 – 2020.* Dostupné z <http://www.mpo.cz/dokument155395.html>.
11. Ministerstvo průmyslu a obchodu (2010) *Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů.* Dostupné z <http://www.mpo.cz/dokument79754.html>.
12. Ministerstvo průmyslu a obchodu (2015) *Výběrové dotačního řízení pro rok 2016 v oblasti ochrany spotřebitele.* Dostupné z <http://www.mpo.cz/dokument160212.html>.
13. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (2016) *Statistické ročenky školství výkonové ukazatele.* Dostupné z <http://toiler.uiv.cz/rocenka/rocenka.asp>.
14. Monatour (2016) *Fortuna ***-busem ***.* Dostupné z <http://monatour.cz/spanelsko/costa-bravamaresme/fortuna-busem/>.

15. Potravinářská komora České republiky (2014) *Možnosti aplikace nařízení (EU) č. 1169/2011*. (2015, September 14)
16. Potravinářská komora České republiky (2013) *Označování potravin*. Dostupné z <http://ctpp.cz/data/files/Oznacovani%20potravin%20Mnoho%20cennych%20informaci%20pro%20spotrebitele.pdf>.
17. Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace (2016) *O nás*. Dostupné z <http://www.asociace-sos.cz/o-nas-2/>.
18. Státní zemědělská a potravinová inspekce (2015) *Kontrolní činnosti SZPI*. Dostupné z <http://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrolni-cinnost-szpi.aspx?q=Y2hudW09MQ%3d%3d>.
19. Státní zemědělská a potravinová inspekce (2015) *Zpráva o činnosti za rok 2014*. Dostupné z <http://www.szpi.gov.cz/clanek/zprava-o-cinnosti-szpi-za-rok-2014.aspx>.
20. Státní veterinární správa (2015) *O státní veterinární správě*. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/zakladni-informace/>.
21. Strategie.cz (2007) *Spotřebitel nebo zákazník*. Dostupné z <http://strategie.e15.cz/prilohy/marketing-magazin/spotrebitel-nebo-zakaznik-470178>.
22. Webnode (2016) *Ceník*. Dostupné z <http://www.webnode.cz/cenik-osobni-stranky/>.

Právní předpisy:

1. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (2015, September 14). Dostupné z <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-634>.
2. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (2015, September 14). Dostupné z <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>.
3. Zákon č. 526/1990 Sb., o cenách (2015 September 14). Dostupné z <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-526>.

4. Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů (2015, September 14). Dostupné z <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-110>
5. *Nařízení evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům.* (2015, September 14)
6. *Rozhodnutí evropského parlamentu a Rady č. 768/2008/ES o společném rámci pro uvádění na trh a zrušení rozhodnutí Rady 93/465/EHS 2008.* (2015, September 14)

Jiné:

1. Řízený hloubkový rozhovor s Ing. Romanem Knopem ze dne 7. 10. 2015 na téma Povinné údaje na obalech potravinářských výrobků.

III. Seznam tabulek a grafů

Tabulky:

Tabulka 1 - Četnost nákupu potravin pohlaví.....	43
Tabulka 2 - Zájem o údaje na obalech respondentů podle pohlaví	45
Tabulka 3 - Povědomí respondentů o povinných údajích na obalech potravin podle pohlaví.....	47
Tabulka 4 - Povědomí respondentů o povinných údajích na obalech potravin podle věku	47
Tabulka 5 - Povědomí respondentů o povinných údajích na obalech potravin podle maximálně dosaženého vzdělání.....	48
Tabulka 6 - Odpověď ne na otázku č. 8 podle pohlaví.....	51
Tabulka 7 - Odpověď ano na otázku č. 16 podle pohlaví.....	59
Tabulka 8 - Odpovědi na zlepšení údajů	60
Tabulka 9 - Návody na potravinách podle pohlaví.....	61
Tabulka 10 - Celkové náklady	75

Grafy:

Graf 1 - Četnost nákupu potravin	43
Graf 2 - Nejčastěji nakupované potraviny	44
Graf 3 - Omezení ve stravování	44
Graf 4 - Všímavost respondentů	46
Graf 5 - Povědomí o povinných údajích na obalech potravin	46
Graf 6 - Počet správně vyjmenovaných údajů	49
Graf 7 - Nejčastější povinný údaj	50
Graf 8 - Čitelnost obalů	50
Graf 9 - Rozdíl mezi datem spotřeby a datem minimální trvanlivost.....	52
Graf 10 - Rozdílnost v počtu údajů.....	53
Graf 11 - Správná odpověď na téma země původu	49
Graf 12 - Správné označení alergenů podle legislativy	50
Graf 13 - Správné označení podle legislativy	56
Graf 14 - Povinné výživové údaje	57
Graf 15 - Kontrolní orgán	58
Graf 16 - Postradatelnost údajů na obalech	58
Graf 17 - Návody na potravinách	61
Graf 18 - Měsíční útrata za potraviny	57
Graf 19 - Pohlaví.....	57
Graf 20 - Věk	63
Graf 21 - Maximální dosažené vzdělání	64
Graf 22 - Měsíční příjem	59
Graf 23 - Bydliště	60

Graf 24 - Velikost obce.....	61
------------------------------	----

IV. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Znění otázek určených pro rozhovor s ing. Knopem ze SZPI na téma Povinné údaje na obalech potravin

V. Přílohy

Příloha 1: Dotazník

Dobrý den,

mé jméno je Kateřina Kinclová a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. V rámci své bakalářské práce provádím dotazníkové šetření na téma Povinné údaje na obalech potravinářských výrobků. Tímto bych Vás ráda požádala o vyplnění mého dotazníku. V případě nesrovnalostí mě můžete kontaktovat na kinclova.katka@gmail.com. Jestliže nebude v dotazníku uvedeno jinak, tak prosím zaškrtněte pouze jednu odpověď.

Vaše odpovědi jsou zcela anonymní a vyplnění dotazníku Vám zabere max. 10 minut

Děkuji za spolupráci.

1. Jak často nakupujete potraviny?
 - a. každý den
 - b. 2 – 4 krát za týden
 - c. 5 – 7 krát za týden
 - d. Jiná možnost. Prosím uveďte:
2. Jaké potraviny nakupujete nejčastěji?
 - a. ovoce/zelenina
 - b. mléčné výrobky
 - c. maso a masné produkty
 - d. pečivo
 - e. nápoje
 - f. Jiná možnost. Prosím uveďte:
3. Máte Vy nebo někdo ve Vaší rodině nějaké omezení, co se týče stravování (např. bezlepkovou dietu, cukrovku...)
 - a. ANO
 - b. NE
4. Všímate si údajů na obalech potravin?
 - a. ANO
 - b. NE.

5. Víte, že existují údaje, které prodejce/distributor/výrobce/dovozce musí ze zákona uvádět na potravinách?
- ANO
 - NE. Prosím přejděte na otázku číslo 7.
6. Jaké znáte povinné údaje na potravinových výrobcích?
7. Čeho si všímáte na obalech při nákupu potravin nejvíce? (Vyberte 2 odpovědi)
- Jméno a příjmení nebo název anebo obchodní firma a adresa sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil
 - Název potraviny
 - Čisté množství
 - Složení
 - Způsob uchování potraviny
 - Datum trvanlivost/datum spotřeby
 - Výživových údajů
 - Původ potraviny
 - Alergeny
 - Obsah hlavní složky v potravinách
 - Návod k použití v případě potraviny
8. Jsou pro Vás údaje na obalech dostatečně čitelné (velikost písma a styl)?
- ANO
 - NE
9. Víte, jaký je rozdíl mezi datem minimální trvanlivosti a datem spotřeby?
- ANO. Prosím uveďte tento rozdíl:
 - NE
10. Je rozdíl v počtu povinných údajů na balených vs. nebalených obalech na potravinách?
- ANO. Prosím uveďte, v čem se odlišují tyto údaje:
 - NE
11. Prosím, zakroužkujte správné tvrzení:
- Udávat zemi původu na obalech musí být na všech potravinách.
 - Udávat zemi původu na obalech musí být pouze u hovězího masa a mléčných výrobků.
 - Udávat zemi původu na obalech musí být u všech mas a mléčných výrobků.
12. Prosím, zakroužkujte správné tvrzení:
- Alergeny musí být uvedené na potravinách netučným písmem.

- b. Alergeny musí být uvedené na potravinách zvýrazněným typem nebo stylem písma či barevně nebo tučně vyznačené.
 - c. Alergeny nemusí být uvedené na obalech potravinách.
13. Prosím, zakroužkujte správné tvrzení:
- a. Složky v potravinách (složení) na obalech potravin jsou seřazeny sestupně podle podílu hmotnosti.
 - b. Složky v potravinách (složení) na obalech potravin jsou seřazeny podle výrobce potraviny.
 - c. Složky v potravinách (složení) nepatří mezi povinný údaj na obalech potravin.
14. Co patří mezi povinné výživové údaje na obalech potravinářských výrobků?
15. Jaký orgán kontroluje povinné údaje na potravinách v České republice?
- a. Krajské hygienické stanice
 - b. Státní zemědělská potravinářská inspekce
 - c. Česká obchodní inspekce
16. Postrádáte nějaký údaj na obalech potravin?
- a. ANO. Prosím uveďte, jaké údaje:
 - b. NE
17. Čtete návody na potravinách?
- a. ANO
 - b. NE
18. Kolik utratíte za potraviny měsíčně na domácnost?
- a. do 2000 Kč
 - b. 2001 – 3 500 Kč
 - c. 3501 – 5000 Kč
 - d. 5 000 Kč a více
19. Jste:
- a. muž
 - b. žena
20. Věk:
- a. méně než 15
 - b. 15 - 25
 - c. 26 - 35
 - d. 36 - 45
 - e. 46 - 60
 - f. 61 a více
21. Jaké je Vaše maximální dosažené vzdělání?
- a. neúplné základní
 - b. základní

- c. střední bez maturity
- d. střední s maturitou
- e. vyšší odborné vzdělání
- f. vysokoškolské vzdělání

22. Jaký je Váš průměrný měsíční plat?

- a. méně než 10 000 Kč
- b. 10 001 – 15 000 Kč
- c. 15 001 – 30 000 Kč
- d. 30 001 Kč a více

23. V jakém kraji bydlíte?

- a. Hlavní město Praha
- b. Středočeský
- c. Liberecký
- d. Ústecký
- e. Karlovarský
- f. Plzeňský
- g. Jihočeský
- h. Vysočina
- i. Jihomoravský
- j. Zlínský
- k. Moravskoslezský
- l. Olomoucký
- m. Královehradecký
- n. Pardubický

24. Velikost obce, ve které bydlíte?

- a. do 5000 obyvatel
- b. 5001 – 10 000 obyvatel
- c. 10 001 – 50 000 obyvatel
- d. 50 001 – 100 000 obyvatel
- e. 100 000 a více

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 2: Znění otázek určených pro rozhovor s ing. Knopem ze SZPI na téma Povinné údaje na obalech potravin

1. Myslíte si, že novela zákona o potravinách a nařízení o označení potravin EU je dostačující v označení potravin nebo byste doporučil ještě nějaká další opatření?
2. Co se týče kontrolní činnosti, jaké subjekty (maloobchodní jednotky, velkoobchody, výrobce,...) mají se správným označováním potravin největší problém? A jaké prohřešky u těchto subjektů nejčastěji řešíte?
3. Na základě kontrolní činnosti zvyšoval byste sankce za nesprávné označení potravin? A jak?
4. V jakém časovém horizontu by tyto problémy mohly být odstraněny?
5. Jaké další prostředky kromě webových stránek (<http://www.potravinynapranyri.cz/>) a sociálních sítí (facebook.com) hodláte připravit, abyste zvýšili povědomí spotřebitelů o povinných údajích na obalech potravinových výrobků?
6. Domníváte se, že veškeré věkové skupiny jsou dostatečně informovány? Jak byste zlepšil informovanost pro seniory nebo pro školáky?
7. Podle novely zákona Vám připadla i nová kontrolní činnost a to v restauračních zařízeních. Jak tam se řídí novelou zákona v označování surovin a pokrmů?
8. Existují některé výjimky (podniky), které nemusí splňovat veškerá kritéria, co se týče označování potravin nebo mají delší dobu na to, do kdy musí do svého provozu zapracovat veškeré požadavky?

Zdroj: vlastní zpracování