

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Nákup potravin v kontextu ochrany spotřebitele a
spotřebitelských preferencí**

**Purchase of food in the context of consumer protection
and preferences**

Vendula Šedivková

Plzeň 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Nákup potravin v kontextu ochrany spotřebitele a spotřebitelských preferencí“

vypracoval/a samostatně pod odborným dohledem vedoucí/vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 10. 05. 2021

v. r. *Vendula Šedivková*

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu své bakalářské práce panu Ing. Janu Tluchořovi, Ph.D. za pomoc, ochotu, trpělivost a cenné rady, díky kterým jsem mohla bakalářskou práci vypracovat. Dále děkuji všem, kteří věnovali svůj čas vyplnění dotazníkového šetření.

Obsah

Úvod	7
1 Spotřebitel a nakupování	8
2 Kvalita a bezpečnost potravin	10
2.1 Kvalita potravin.....	11
2.2 Bezpečnost potravin	14
3 Označování a balení potravin	15
3.1 Označování potravin	15
3.2 Balení potravin	17
4 Legislativní rámec kvality potravin	19
4.1 Legislativa v České republice	19
4.2 Kontrolní orgány v České republice	20
5 Dvojitá kvalita potravin.....	22
6 Značky kvality potravin	25
6.1 Klasa.....	25
6.2 Regionální potravina	26
6.3 Víím, co jím.....	27
6.4 Český výrobek a Český výrobek – garantováno Potravinářskou komorou ČR28	
6.5 Značky kvality nesoucí označení BIO	28
6.5.1 Národní značení BIO	28
6.5.2 Evropské označení BIO	29
7 Internetové obchody s potravinami a kvalita potravin	30
8 Výzkum.....	32
8.1 Dotazník – struktura, distribuce	32
8.2 Charakteristika respondentů.....	33

8.3	Nákup potravin	35
8.4	Kvalita potravin	39
8.5	Shrnutí výsledků výzkumu	50
8.6	Doporučení	52
	Závěr.....	53
	Seznam použitých zdrojů.....	54
	Seznam tabulek.....	59
	Seznam obrázků	60
	Seznam použitých zkratk.....	61
	Seznam příloh	62
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Potraviny jsou jedním z prostředků uspokojování základních lidských potřeb. Bez naplnění potřeby přijímání potravy by jedinec nemohl přežít. Pro zdraví jedince je však důležité věnovat pozornost kvalitě, bezpečnosti i složení dané potravy. Na tyto aspekty je nutné se zaměřit již při výběru a nákupu potravy. Nakoupená potravina by měla splňovat požadavky na kvalitu, bezpečnost, složení, ale také by měla splňovat subjektivní požadavky spotřebitele.

Cílem této práce je zjištění spotřebitelských preferencí v oblasti výběru a nákupu potravin a definování ukazatelů, skrz něž spotřebitelé vnímají kvalitu potravin.

V teoretické části práce bude popsána problematika spotřebitele v oblasti nákupu potravin. Bude zde definován pojem kvalita jako takový a následně bude detailněji rozebrána kvalita a bezpečnost potravin. Blíže bude vysvětlena problematika označování a balení potravin či zde bude popsána legislativa v oblasti kvality potravin a kontrolní orgány, jenž provádí dozor. Práce se bude dále zaměřovat na dvojí kvalitu nakupovaných potravinářských produktů a podrobnější popis značek kvality potravin. V neposlední řadě zde bude nastíněna tematika internetových obchodů s potravinami jako možného budoucího nákupního „nosiče“ kvality.

Praktická část bakalářské práce bude popisovat zvolenou metodu kvantitativního výzkumu v podobě výzkumu dotazníkového. Budou zde definovány náležitosti dotazníku, jeho struktura a distribuce. Získaná data budou statisticky zpracována a s komentářem vhodně interpretována. Na základě těchto dat bude zpracováno shrnutí výsledků dotazníkového šetření. V závislosti na zpracovaných datech budou navržena doporučení.

1 Spotřebitel a nakupování

Koudelka (2018) definuje spotřebitele jako osobu, jenž se chová spotřebně během uspokojování svých osobních, individuálních, rodinných či jiných potřeb. Spotřebním chováním se rozumí takové chování, jehož součástí je získávání, užívání a odkládání spotřebních produktů. Spotřební produkt je produktem sloužícím k uspokojování potřeb spotřebitele, může být hmotný či nehmotný. Jednoduše řečeno spotřební chování lze vysvětlit jako získávání spotřebních produktů, patří sem všechno to, co předchází užívání daného produktu. Samotnému užívání produktu předchází i jeho nakupování, v případě této práce bude definováno nakupování potravin.

Podle Vysekalové (2011) nakupování představuje důležitou činnost v životě jedince, ten se denně ocitá v roli spotřebitele i zákazníka. Definuje spotřebitele jako pojem obecný, zahrnující vše, co spotřebováváme, tedy i to co sami nenakupujeme. Zákazníkem je ta osoba, jež zboží objednává, nakupuje a platí.

Nákupem potravin se rozumí zvyklostní rutinní nákupní chování, při němž spotřebitel nakupuje již dobře známé výrobky z důvodu zásobení se. Při koupi těchto výrobků zpravidla nevyhledává detailnější informace, ale rozhoduje se impulzivně. (Vysekalová, 2011)

Český spotřebitel se stává náročnějším než dříve. Hlavními faktory ovlivňující výběr místa pro nákup potravin je čas strávený nákupem, dostupnost zboží, přehlednost a čistota prodejny. K nákupu potravin Češi stále nejčastěji volí supermarkety, ale do popředí se dostávají i diskontní prodejny, například Lidl, který dle studie GfK Shopping Triggers dokáže svou specifickou nabídkou oslovit a zaujmout i náročnější zákazníky. (Sovová, 2016)

Spotřebitel je při nákupu ohrožen řadou faktorů, před nimiž je potřeba se chránit. Této ochraně se v České republice věnuje několik dozorových organizací a upravuje ji mnoho právních předpisů. Mezi dozorové orgány ochrany spotřebitele řadíme: Českou obchodní inspekci, Energetický regulační úřad, Český telekomunikační úřad, Českou národní banku, Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci, Státní veterinární správu, Úřad pro ochranu osobních údajů a živnostenské úřady. Některé ze zmíněných orgánů budou více specifikovány v kapitole 4.2 Kontrolní orgány v České republice.

Legislativa ochrany spotřebitele vychází z občanského zákoníku a ze zákona o ochraně spotřebitele. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele upravuje „*některé podmínky podnikání významné pro ochranu spotřebitele, úkoly veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele a oprávnění spotřebitelů, sdružení spotřebitelů nebo jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele, jakož i mimosoudní řešení spotřebitelských sporů.*“

Zákon definuje práva spotřebitele a stanovuje povinnosti prodejce. Předepisuje pravidla poctivosti prodeje výrobků a služeb, zakazuje používání nekalých obchodních praktik, jako jsou agresivní a klamavé prodejní praktiky, prodej padělaného či neoznačeného zboží. Popisuje informační povinnosti prodávajícího o vlastnostech a užívání výrobku a jeho označování. Zabývá se mimosoudním řešením spotřebitelských sporů. (Odbor technické harmonizace a spotřebitelské legislativy, 2019)

Pomocníkem při řešení problémů v oblasti spotřebitelského práva je Spotřebitelský průvodce České obchodní inspekce. (COI, 2021) V závislosti na ochraně spotřebitele hraje důležitou roli informovanost spotřebitele. V této práci bude řešena ochrana spotřebitele a jeho informovanost z hlediska kvality a bezpečnosti potravin.

V důsledku globalizace vzniká na trhu potravinářských výrobků řada nových možností výběru pro spotřebitele, s těmito možnostmi přichází však i mnoho dezinformací. Informace o kvalitě a bezpečnosti potravinářských produktů získává spotřebitel z mnoha zdrojů. Zájmem výrobců by měla být důvěra spotřebitele právě v jejich produkt a v informace jimi poskytnuté. Avšak dle výzkumů spotřebitelé považují informace od výrobců jako nejméně spolehlivé. Výrobci ve snaze přesvědčit spotřebitele ke koupi využívají stále náruživějších marketingových nástrojů, které ne vždy podporují zdravou volbu. (Valenta & Hladík a kol., 2011)

2 Kvalita a bezpečnost potravin

Kvalita je pojmem mnoha interpretací. Philip Crosby uvádí: „Kvalita je shoda s požadavky.“ Američan Moses Juran popisuje pojem: „Kvalita je způsobilost k užití“ a Armand Feigenbaum: „Kvalita je to, co za ni považuje zákazník.“ (Veber a kol., 2007)

Obecně kvalita dle normy ČSN EN ISO „je stupeň plnění požadavků souborem inherentních charakteristik.“ Požadavek je vytvářen očekáváními a potřebami. Inherentní charakteristiky představují vnitřní vlastnosti objektu kvality, jímž může být nejen produkt, ale také proces, systém či zdroj. Každý produkt, ač už výrobek nebo služba, se těmito charakteristikami projevuje a oslovuje jimi zákazníka. V případě, kdy se vlastnost produktu shoduje s požadavky zákazníka, lze produkt považovat za kvalitní. (Kameník, 2013)

Požadavky zákazníka jsou velmi subjektivní, proměnlivé v čase a ovlivněné řadou faktorů:

- biologických (pohlaví, věk),
- demografických (klíma, lokalita, spotřební zvyklosti),
- sociálních (vzdělání, zaměstnání, společenské postavení),
- společenských (reklama). (Veber a kol., 2007)

Jakost bývá často vyjadřována jako synonymum kvality. Tyto dva pojmy se však od sebe v hlubším významu liší. Dle Zeleného (2006) se slovem „kvalitní“ rozumí mající určitou vysokou hodnotu. Kdežto slovem „jakostní“ se popisuje zařazení do určité kategorie, třídy či skupiny obsahující podobné předměty. Kvalitu lze neustále zlepšovat či zhoršovat, může být vyšší nebo nižší, ale každý produkt je sám svoji vlastní kategorií. Pojmem kvalita je vyjádřená měřitelná hodnota jevu nebo věci a její utřídění do skupin je jakost.

Významným pojmem v oblasti hodnocení a řízení kvality je pojem třída kvality. „Rozumí se tím kategorie dané různým požadavkům na kvalitu produktu, procesů nebo systémů, které mají stejné funkční použití. Příkladem z praxe mohou být kategorie dušených šunek, které vymezuje Vyhláška Ministerstva zemědělství č.326/2001 Sb. Ve znění pozdějších předpisů. Základním kritériem je minimální obsah čistých svalových bílkovin (16%: nejvyšší jakosti, 13% výběrová, 10% standardní).“ (Kameník a kol., 2013, str. 6)

Rozdělení tříd kvality s ohledem na požadavky se v praxi jeví jako velmi užitečné, jelikož nemá smysl porovnávat mezi sebou charakteristiky výrobků různých tříd či srovnávat produkty, které patří do rozdílných tříd. (Kameník a kol., 2013)

V minulosti byla kvalita využívána jako nástroj pro konkurenční boj mezi výrobcí a poskytovateli služeb. Představovala výhodu v úsilí získat zákazníka na svou stranu. V současné době je tento nástroj považován za samozřejmost. Pokud nejsou poskytovatelé služeb či výrobci schopni garantovat určitou úroveň kvality, jejich naděje na úspěch je minimální. (Veber a kol., 2002)

2.1 Kvalita potravin

Samotná kvalita potravin představuje řadu vzájemně propojených, přímo či nepřímo na sebe navazujících aspektů. Tento multikriteriální parametr zahrnuje nutriční, hygienické, senzorické, technologické, informační a také ekonomické aspekty. Kvalita dané potraviny je klíčová, je vytvářena a ovlivňována v průběhu celého potravinového řetězce. Ačkoliv je kvalita potravin pojmem mnohorozměrným, nejzákladnějšími podmínkami pro kvalitu potravin je bezpečnost a hygiena. Potravinářský výrobek, jenž nesplňuje tyto dvě podmínky, nemá legislativní oprávnění být uveden na trh. Při nákupu by měl mít spotřebitel jistotu, že jím zakoupený produkt lze bezpečně konzumovat a odpovídá vynaloženým peněžním prostředkům. (Valenta & Hladík a kol., 2011)

V důsledku globalizace a tlaku obchodních řetězců, jež nabízejí spotřebitelům potravinářský výrobek, za co nejnižší cenu, jsou výrobci často nuceni klesnout pod své výrobní náklady, aby mohli splnit cenové limity určené odběrateli. Při snaze dodávat zboží ve stanovené cenové relaci, která však není úměrná cenové relaci kvalitních výchozích surovin, vyhledávají výrobci surovinu náhradní. Kvalita konečného výrobku je poté pochybná, ale cena přívětivá. Spotřebitelů, kteří věnují pozornost kvalitě nakupovaných potravin, stále přibývá. Tito spotřebitelé dávají přednost kvalitním potravinám, aby zabránili možným zdravotním potížím způsobených nákupem levných potravin. (Valenta & Hladík a kol., 2011)

Díky zvyšujícímu se zájmu spotřebitelů o kvalitu vzniká v České republice stále více informačních organizací, internetových stránek, aplikací či manuálů zabývajících se touto problematikou. Nejznámějším zdrojem informací o kvalitě a bezpečnosti potravin je projekt Potraviny na pranýři, který zahrnuje webovou stránku, mobilní

aplikaci a profily na sociálních sítích. (SZPI. 2019) Jako další je důležité zmínit spotřebitelský měsíčník dTest, testy MF Dnes, seriál Potraviny na talíři, webové stránky Bezpečnost potravin či příručky vydané ministerstvy.

Valenta & Hladík a kol. (2011) uvádějí tyto hlavní aspekty hodnocení kvality:

Nutriční hodnota neboli hodnota fyziologická definuje nutričně žádoucí a nutričně nežádoucí složky potravin. Mezi žádoucí složky řadíme živiny – tuky, sacharidy a bílkoviny, obsah vitamínů a minerálů, vlákniny, sušiny či antioxidanty. Nutričně nežádoucí složkou jsou kupříkladu těžké kovy, rezidua pesticidů či léčiv, nitráty, patogenní organismy nebo alergen.

Senzorická kvalita definuje senzorické vlastnosti, které zahrnují barvu, tvar, chuť, vůni, konzistenci a aroma. Je určena vzhledem.

Funkční vhodnost udává vhodnost potravin pro domácí, komerční nebo průmyslové účely. V současné době je důležité vyrábět, nabízet a dodávat produkty nutričně bohaté, odpovídající aktuálním studiím o výživě a reagující na zákazníky s určitými stravovacími omezeními, jako jsou např. celiaci, cukrovkáři, alergici nebo děti. Vaření, pečení, smažení, doba přípravy a cena jsou významná kritéria funkční kvality.

Kvalita zpracování udává množství přidaných látek při výrobě potravin, kupříkladu mikroorganismy, enzymy, izolační záření aj..

Právní kvalita představuje standardy stanovené legislativními předpisy a regulacemi, jež musí produkt splňovat.

Kvalita celého procesu se zabývá vlivem produkované potravin na životní prostředí, od zemědělské produkce po zpracování. Patří sem problematika globálního oteplování, ochrany zvířat, diverzity druhů a biotopů, využití zdrojů, kvality vody, funkce půdy, emisí či etická témata, jako např. dětská práce.

Vnitřní kvalita popisuje aspekty, které nelze změřit vědeckými metodami. Potravina hodnocena jako součást velkého celku.

Kameník a kol. (2013) uvádějí čtyři základní úrovně, které tvoří kvalitu potravin. Úplným základem je bezpečnost potravin, dále její složení, senzorické vlastnosti a v neposlední řadě balení. Tyto čtyři parametry jsou součástí tzv. **pyramidy kvality potravin**. Nejvyšší patro pyramidy představuje cena potravinářského výrobku, jenž je ovlivněna jeho složením, senzorickými vlastnostmi i způsobem balení.

Obr. 1: Pyramida kvality potravin



Zdroj: Kameník a kol. (2013, str. 6)

Bezpečnost, která nejdůležitějším aspektem kvality potravin a je podrobněji definována v kapitole 2.2 Bezpečnost potravin. **Složení** určuje výživovou hodnotu potravinářského produktu, ovlivňuje celkovou hodnotu potraviny, jež tvoří základ pro stanovení tržní ceny. Výživově hodnotnější potravina bývá zpravidla prodávána za vyšší cenu. Například u uzenářských produktů, primárně u šunek, je nejdůležitější obsah čistých svalových bílkovin, čím je procento bílkoviny vyšší, tím je potravina hodnotnější. Naopak potravina s nižším procentem bílkoviny a vyšším obsahem vody či tuků je prodávána za nižší cenu. **Senzorické vlastnosti** odráží požitky z konzumace potraviny. Tyto vlastnosti jsou hodnoceny lidskými smysly, spolurozhodují o hodnotě a kvalitě potravinářského produktu. Jsou to charakteristiky, jimiž se zákazník řídí při výběru vhodného produktu. Na základě těchto vlastností získává zákazník zkušenosti, ač už kladné či záporné, které poté využívá při nákupu potravin. **Balení** se podílí na vnímání kvality dané potraviny. Důležitou roli hraje požadavek na balení produktu, přesněji charakter balení a velikost kusu. Problematika balení je blíže definován v kapitole 3.2 Balení potravin. **Cena** je důležitým kritériem pro hodnocení kvality, kdy zákazník porovnává vlastnosti produktu spolu s náklady vynaloženými na jeho koupi.

Senzorické vlastnosti a složení dané potraviny určují její standard. Standard představuje určitou normu či měřítko. Hlavním úkolem při výrobě potravin je zajištění definovaného standardu neboli získání identických finálních potravinářských produktů v průběhu celého jejich životního cyklu. (Kameník a kol., 2013)

2.2 Bezpečnost potravin

Bezpečnost potravin je primárním požadavkem pro kvalitu potravin. Bezpečnou potravinou se rozumí potravina zdravotně a hygienicky nezávadná, neboli potravina vhodná a neškodná pro zdraví člověka. (Kameník a kol., 2013)

Bezpečná potravina však nemusí vždy vyhovět podmínce zdravotní nezávadnosti. Babička (2009) uvádí jako příklad sušenky s mléčno-oříškovou náplní. Ačkoliv pro většinu spotřebitelů splňují sušenky podmínku zdravotní nezávadnosti, určité části populace mohou díky svému složení způsobit zdravotní komplikace. Sušenky s mléčno-oříškovou náplní obsahují alergeny, mléko a ořechy. Je proto velmi důležité, aby byli spotřebitelé informováni o přítomnosti látek, které způsobují alergické reakce.

Na trh může být uveden pouze takový potravinářský výrobek, který splňuje podmínku bezpečnosti. Podmínka bezpečnosti je splněna, pokud jsou požadavky na hygienu a bezpečnost výrobků úspěšně promítnuty do celého procesu počínaje nákupem suroviny, zásobováním až po expedici. Každý finální výrobek je povinen před uvolněním do distribuční sítě projít řadou výstupních kontrol. Do sítě výstupních kontrol patří:

- *„kontrola deklarace složek uvedených na obale,*
- *mikrobiologická kontrola, která má za cíl ověřit zdravotní nezávadnost výrobku a shodu mikrobiologických parametrů se zákonnými i interními limity,*
- *senzorická analýza.“* (Babička, 2009, str. 4)

Splnění podmínky zpětného sledování distribuce a prodeje potravin v případě výskytu závadného výrobku je také jedním z požadavků na bezpečnost potravin. (Babička, 2009)

V kontextu ochrany zdraví a spokojenosti spotřebitele je velmi důležité reagovat na nové trendy ve výrobě i zpracování surovin a splňovat všechny požadavky na bezpečnost a kvalitu finálního výrobku. Vysokou důležitostí se hostí implementace nových technologií, jež eliminují nebo minimalizují fyzická, chemická a mikrobiologická rizika. Základním předpokladem pro bezpečnou a kvalitní potravinu je cílené sledování nežádoucích látek od počátku výrobního procesu až po konečný produkt. Pro správné pochopení bezpečnosti a zdravotní nezávadnosti potravin hraje taktéž významnou roli komunikace se spotřebitelem. (Valenta & Hladík a kol., 2011)

3 Označování a balení potravin

Údaje nacházející se na obalu potravinářského výrobku představují pro spotřebitele základní zdroj informací o dané potravine. Každá z informací uvedených na obalu nese svou důležitost v procesu nákupu, úpravě a skladování potravin, nebo v případech, kdy se vyskytne problém s produktem. (Suková, 2006)

3.1 Označování potravin

Označením se rozumí veškeré informace na obale včetně ochranných známek, grafických symbolů či marketingových textů. Všechny povinné i nepovinné údaje uvedené na obalu jsou upravovány právními předpisy EU, jež jsou zapracovány do národní legislativy. Část národních právních dokumentů však není harmonizována s předpisy Evropské unie. (Babička, 2012)

„Označením se rozumí jakákoli slova, údaje, ochranné známky, obchodní značky, vyobrazení nebo symboly, které se vztahují k určité potravine a jsou umístěny na obalu, dokladu, nápisu nebo etiketě, a to i krčkové nebo rukávové, které potravinu provázejí nebo na ni odkazují.“ (Babička, 2012, str. 3)

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele udává, že *„prodávající musí zajistit, aby jim prodávané výrobky byly přímo viditelně a srozumitelně označeny názvem výrobku, označením výrobce nebo dovozce, popřípadě dodavatele, údaji o hmotnosti nebo množství nebo velikosti, popřípadě rozměru, dalšími údaji potřebnými dle povahy výrobku k jeho identifikaci, popřípadě užití.“*

Dle Babičky (2012) nutnost označování potravin pramení z ochrany zdraví spotřebitelů, zaručení práva na informace a svobodu volby. Při označování potravin se nesmí:

- uvádět spotřebitele v omyl, pokud se jedná o účinky a charakteristiky,
- připisovat potravinám vlastnosti, jež umožňují zabránit určité lidské nemoci, léčit ji či vyléčit.

Označování potravin je ustanoveno v zákoně č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. Údaje uvedené na potravinářských produktech musí být čitelné, přesné, nesmazatelné, spotřebiteli srozumitelné, zobrazené na viditelném místě a u určitých výrobků uvedené ve stejném zorném poli. Kromě obchodního názvu produktu musejí být veškeré informace uvedeny v mateřském jazyce (Babička, 2012)

Čitelnost údajů ovlivňuje řada faktorů, z nichž ne všechny mají přímo legislativně daná pravidla. Čitelnost informací na obalu záleží na faktorech, jako je velikost písma, odstupy mezi písmeny a mezi řádky, barva a druh písma, poměr mezi výškou a šířkou písma. Velmi důležitý je i povrch materiálu, z něhož je potravinářský produkt vyroben a kontrast mezi písmem a pozadím.

Dle zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a Sukové (2006) povinnými údaji jsou:

- **Název obchodní firmy, adresa výrobce, balírny, prodejce** – názvem obchodní firmy rozumíme marketingové jméno nebo obchodní známku.
- **Původ**, informaci o původu či vzniku potraviny je provozoval potravinářského podniku povinen udávat pouze v takových případech, kdy by neuvedení tohoto údaje mohlo uvést spotřebitele v omyl. Původ je nutno uvádět u potravin jako je maso, med, ovoce, zelenina, ryby, vejce, víno, olivový olej a chmel.
- **Název druhu skupiny, podskupiny či podskupiny potravin** musí být případně doprovázen údajem o fyzikálním stavu či způsobu úpravy, např. tavený sýr.
- **Údaje o množství výrobku** uvedeny v objemových nebo hmotnostních jednotkách, u potravinářských výrobků uložených v nálevu je povinno udávat informaci o celkové hmotnosti potraviny a údaj o hmotnosti pevného podílu.
- **Datum minimální trvanlivosti**, po jehož uplynutí je potravina stále považována za bezpečnou a může být prodávána. Formát data může být uveden v pořadí den, měsíc, rok či měsíc a rok nebo pouze rok. Datum trvanlivosti nemusí být uváděno u všech druhů potravin, výjimkami jsou například víno, žvýkačky, ocet nebo sůl.
- **Datum použitelnosti** neboli „spotřebujte do“. Po uplynutí této doby již potravina není považována za bezpečnou, prodejce ji nesmí prodávat. Datum je uvedeno v pořadí den, měsíc a rok.
- **Označení šarže** je uváděno číselným nebo alfanumerickým kódem. Šarže je uvedena jedná-li se o potravinu již označenou datem minimální trvanlivosti nebo použitelnosti.
- **Údaj o způsobu skladování** u produktů, u kterých by při nesprávném skladování mohlo dojít k znehodnocení potravinářského produktu.

- **Údaj o způsobu užití** u potravin, u nichž by díky nesprávnému použití mohlo dojít k poškození zdravotní nezávadnosti a újmě na zdraví konzumenta.
- **Údaj o složení a nutriční hodnotě potravin** povinnost uvedení použitých surovin (např. mouka, mléko, olej), přidaných látek (sladidla, antioxidanty, kypřidla apod.) a potravních doplňků tzn. nutričních faktorů s biologickým účinkem (minerální látky, aminokyseliny, vitamíny aj.). Jednotlivé složky jsou uváděny sestupně, počínaje surovinami, kterých obsahuje potravina nejvíce.
- **Údaj označující potraviny pro zvláštní výživu** jako například potraviny pro diabetiky či kojenecká výživa.
- **Údaj o možnosti nepříznivého vlivu na zdraví** kupříkladu u potravin obsahující látky, které určité skupině spotřebitelů mohou způsobovat zdravotní komplikace. Výrobce je povinen udávat a zvýrazňovat údaj o alergenech. Jedná se o 14 alergenních látek, kterými jsou například: vejce, ryby, mléko a laktóza, arašídý či obiloviny obsahující lepek.
- **Údaje o ošetření potravin ionizujícím zářením, údaj o třídě jakosti či další údaje** stanovené doplňujícími právními předpisy.

Na určitých druzích potravinářských výrobců musí být, kromě výše zmíněných povinných údajů, uvedeno i mnoho dalších informací, jež jsou specifické jen pro dané potraviny. Příkladem jsou masné výrobky, u nichž musí být uvedeno procentuální množství tuku.

3.2 Balení potravin

Problematika obalu je upravována zákonem č. 477/2001 Sb., o obalech, který definuje obal jako *„výrobek určený k pojmání jiného výrobku. Slouží k ochraně výrobku, manipulaci s ním, transportu, jako nosič informací o jeho vlastnostech, popřípadě i nabídce a reklamě.“*

Potravinářský obal chrání potravinu před poškozením a znehodnocením vnějšími vlivy. Jeho posláním je uchovat potravinu v nezměněném stavu až do doby její spotřeby. Obal potraviny zabraňuje její kontaminaci různými mechanickými, fyzikálními či mikrobiologickými vlivy. Díky obalu je usnadněn oběh, prodej i konečná spotřeba potraviny. V případech, kdy není vhodně zvolen potravinový obal z bezpečného materiálu, může se samotný obal stát zdrojem kontaminace potraviny chemickými

látkami, které byly použity při balení nebo skladování. Výrobci mají zákonem stanovené požadavky na vlastnosti obalu určeného pro přímý styk s potravinami. Z hlediska ochrany lidského zdraví jsou výrobci povinni používat takové obalové materiály, jež chrání produkt před znehodnocením a znemožňují záměnu či změnu obsahu bez znatelného otevření obalu. (Státní zdravotní ústav, 2021)

Každý obal plní funkci ochrannou, manipulační a marketingovou neboli informační. Funkce informační hraje nejdůležitější roli při nákupu. Spotřebitel se rozhoduje o koupi dle údajů na obalu, tyto informace mu umožňují cílený a informovaný nákup. Obal vytváří první dojem z potravinářského produktu, výrobci proto často cílí na originální design a kvalitnější materiály. (Vápenka & Dobiáš, 2021)

Balení potravinářský výrobků zastává důležitou roli v jejich prodejnosti, ochraně a bezpečnosti produktu. Potravinářské produkty dle způsobu balení lze rozdělit na balené, zabalené a nebalené. **Balené potraviny** jsou potraviny, jejichž zabalení je provedeno již při výrobě. Na obale těchto potravin musí být uvedeny všechny povinné legislativní údaje, jež byly zmiňovány v textu nahoře. Za potravinu balenou nelze považovat takový potravinářský výrobek, který je balen v místě prodeje na žádost zákazníka či zabalen v rámci přímého prodeje. (Babička, 2012)

Dle Babičky (2012, str. 34) se balenou potravinou rozumí „ *samostatná prodejní jednotka v obchodní úpravě v nezměněném stavu, určená konečnému spotřebiteli a zařízení společného stravování, která se skládá z potraviny a obalu, do něhož byla potravina vložena před uvedením do prodeje, a to takovým způsobem, že bez otevření nebo výměny obalu nelze změnit její obsah.*“

Zabalené potraviny představují potravinářské produkty, které byly zabaleny v místě prodejny po naporcování. Zabalení probíhá bez přítomnosti zákazníka. Na obale musí být uveden název firmy a potraviny, množství, datum trvanlivosti, použitelnosti či datum, kdy byla potravina zabalena, a jako poslední informace o látkách nepříznivě působících na zdraví zákazníka. **Nebalené potraviny** musí taktéž splňovat legislativou dané požadavky na informace. Prodejce je povinen veškeré údaje o potravine uvést na viditelném místě, v těsné blízkosti potraviny. (Babička, 2012)

4 Legislativní rámec kvality potravin

Problematiku kvality a bezpečnosti potravin upravuje velké množství národních právních předpisů a právních předpisů Evropské unie. Česká a evropská potravinová legislativa je plně harmonizována. Zajištění určitého standardu kvality a bezpečnosti definuje nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002, kterým se stanoví obecné požadavky a zásady potravinového práva. Cílem potravinového práva je vytvořit společnou základnu pro národní potravinová práva všech členských států EU a zajistit volný pohyb potravin mezi těmito státy. (Spitzenbergerová, 2013)

4.1 Legislativa v České republice

Nejdůležitějším potravinovým právním předpisem v ČR je Zákon č.110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. Dle zákona č.110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích jsou potraviny *„látky určené ke spotřebě člověkem v nezměněném nebo upraveném stavu jako jídlo nebo nápoj, nejde-li o léčiva a omamné nebo psychotropní látky; za potravinu podle tohoto zákona se považují i přídatné látky, látky pomocné a látky určené k aromatizaci, které jsou určeny k prodeji spotřebiteli za účelem konzumace“*

Tento zákon definuje povinnosti provozovatelů potravinářských podniků, výrobců, dovozců, distributorů a maloobchodních prodejců. Zabývá se problematikou označování a uvádění potravin, tabákových výrobků a výrobků souvisejících s tabákovými výrobky na trh. Zákon dále pojednává o kategorizaci těl jatečných zvířat nebo ozařování potravin pomocí ultrafialových paprsků a ionizujícího zařízení. Státní dozor nad dodržováním povinností plynoucích z tohoto zákona vykonávají:

- orgány ochrany veřejného zdraví,
- orgány veterinární správy,
- Státní zemědělská a potravinářská inspekce,
- Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský.

V neposlední řadě se zákon zabývá správními delikty a výší pokut za jeho nedodržování.

Podle Poslanecké sněmovny (2021) dalšími právními předpisy jsou například:

- Zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně některých souvisejících zákonů,
- Zákon č. 91/1996 Sb. o krmivech,
- Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví.

4.2 Kontrolní orgány v České republice

V zájmu ochrany spotřebitele a dodržení vysokých standardů bezpečnosti potravin vzniklo několik kontrolních organizací provádějících dozor.

Státní veterinární správa České republiky je organizace zřízená na základě zákona č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně souvisejících zákonů. Hlavním úkolem organizace je kontrola výroby a distribučního řetězce potravin živočišného původu v závislosti na jejich zdravotní nezávadnosti. Vykonává dohled nad zpracovateli, výrobci, dovozci a přepravci živočišných produktů a výrobků určených pro lidskou výživu či k výživě zvířat. Dohlíží na prodej v tržnicích, na tržištích a v prodejnách. Provádí dozor nad zdravím a pohodou zvířat, monitoruje nákazové situace zvířat a udržuje ochranu nad územím České republiky před možným zavlečením nebezpečných nákaz. Jedním z dozorčích orgánů ministerstva zemědělství je **Státní zemědělská a potravinářská inspekce**. Provádí kontrolu zdravotní nezávadnosti, jakosti a označování potravin. Dále také dohlíží na obsah cizorodých látek v surovinách a potravinách, dodržování povinností při výrobě a uvádění potravin na trh či falšování potravin a klamání spotřebitele. Kontroluje a vydává certifikace některých druhů potravin. (Skořepa, 2009)

Orgány ochrany veřejného zdraví jsou instituce vykonávající zdravotní dozor a kontrolu při poskytování stravovacích služeb, nad dodržováním povinností a zdravotních požadavků ve výrobnách, provozovnách a zařízeních veřejného stravování. Dozor provádí organizace v působnosti ministerstva zdravotnictví, kterými jsou krajské hygienické stanice a zdravotní ústavy. (Kříž, 2011)

Česká obchodní inspekce neboli ČOI představuje orgán státní správy dohlížející na kvalitu prodeje v České republice. Tento dozorčí orgán provádí kontrolu a dozor nad fyzickými i právními osobami, které dodávají a prodávají výrobky, zboží či poskytují služby na vnitřním trhu. Činností ČOI není kontrola kvality potravin

či tabákových výrobků. Tyto kontroly spadají do pravomoci výše zmíněných organizací, Státní zemědělské a potravinářské inspekce nebo Státní veterinární správy. ČOI má pouze oprávnění ukládat pokuty na základě poctivosti prodeje potravin a tabákových výrobků. (ČOI, 2021)

5 Dvojitá kvalita potravin

Velkým tématem v oblasti kvality potravin je i dvojitá kvalita potravin v rámci jednotného trhu Evropské unie. Problematika dvojitá kvalita potravin se zabývá produkty prodávanými v České republice, které mají totožnou značku i název jako potravinářské produkty prodávané v různých členských státech EU, ale jejich složení, gramáž či kvalita je jiná.

Dvojitá kvalita potravin se podle Vítové & Černého (2017, str. 8) ve členských zemích či v jednotlivých regionech EU projevuje v případech, kdy:

„výrobce uvádí na trh výrobky s jinou chutí a složením, ale se stejným nebo podobným (pro běžného spotřebitele nerozpoznatelným) vzhledem obalu,

výrobce uvádí na různé trhy výrobky v různé kvalitě, ale se stejným nebo podobným (pro běžného spotřebitele nerozpoznatelným) vzhledem obalu,

výrobce uvádí na různé trhy výrobky v různé gramáži, ale se stejným nebo podobným (pro běžného spotřebitele nerozpoznatelným) vzhledem obalu.“

Dalším případem může být situace, kdy výrobce při zavádění produktu na trh uvede potravinářský produkt s kvalitnějším složením s marketingovým cílem zaujmout spotřebitele, oblíbit si produkt a osvojit si jeho pravidelný nákup. Po uběhnutí určité časové periody, výrobce změní recepturu daného produktu, aniž by to bylo na první pohled zřejmé na obalu výrobku. Jestliže výrobce neuvede výrazně, transparentně a nezavádějícím způsobem informaci, že se produkt změnil, na spotřebitele produkt působí stále stejně. Pouze při přečtení složení psaném drobným písmem na zadní straně etikety spotřebitel zjistí, že se produkt změnil. Pokud je však spotřebitel na výrobek zvyklý, nemá potřebu při každém nákupu číst složení potraviny, kterou již zná a mnohokrát ji zakoupil. Ačkoliv se vzhledově jeví stále stejně, jedná se již o jiný produkt s rozdílným složením, gramáží či kvalitou. (Vítová & Černý, 2017)

Po mnohaletých diskuzích označila EU dvojitá kvalitu potravin jako praktiku, jenž lze považovat za klamavou. Učinila tomu tak jen ve velmi obecné míře, jak se v praxi před klamáním chránit či jak tyto potraviny rozlišovat ponechala EU na jednotlivých členských státech. Většina evropských států, mezi kterými je i Česká republika, stanovila jako základní parametr posouzení dvojitá kvalita potravin „podstatně“ odlišné složení potravin. (Havel, 2021)

Kontrolou dvojí kvality potravin je v České republice pověřena Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI). SZPI vypracovala metodiku, která popisuje a na příkladech vysvětluje, co lze a nelze považovat za dvojí kvalitu potravin. Dvojí kvalita potravin je tedy jev spočívající v podstatné odlišnosti/rozdílnosti ve složení či vlastnostech potravinářských produktů s totožným či zdánlivě totožným vzhledem. Nezabývá se rozlišením potravin na více či méně kvalitní. (SZPI, 2021)

Rozhodovací proces kontroly dvojí kvality potravin dle metodiky Základní principy kontroly dvojí kvality potravin, pracovní materiál SZPI (2020) obsahuje 4 kroky. **Prvním krokem** je zjištění, zda se jedná o potravinářský produkt stejné obchodní značky i názvu, totožného či jen zdánlivě totožného vzhledu. V tomto kroku jsou hodnoceny údaje a znaky na obalu v hlavním zorném poli viz Obr. 2. Zdánlivě totožným je rozuměna podobnost barvy, grafiky, fontu nápisu apod. **Krokem druhým** jsou zjišťovány podstatné rozdíly ve složení a vlastnostech potraviny. Příkladem těchto podstatných odlišností může být rozdíl ve složkách slunečnicový versus palmový či řepkový olej, nebo v rozdílném podílu primárních složek, jako rozdílný obsah kakaa v čokoládovém produktu. Zohlednění oprávněných a objektivních důvodů vzniku zjištěných rozdílů představuje **třetí krok**, viz Tab. 1. Posledním, **čtvrtým krokem** je zjištění, zda je spotřebitel o zjištěných rozdílech informován. Tyto informace by měly být přístupné a srozumitelné pro průměrného zákazníka.

Obr. 2: Jedná se o potravinu stejné obchodní značky i názvu a totožného či zdánlivě totožného vzhledu?



Zdroj: Základní principy kontroly dvojí kvality potravin, pracovní materiál SZPI (2021, str. 5)

Tab. 1: Lze u zjištěných rozdílů zohlednit jejich zdůvodnění objektivními faktory?

Faktory odůvodňující rozdílnosti ve složení či vlastnostech	Zohlednění daného odůvodnění ze strany SZPI
Reformulace neboli dobrovolné strategie zaměřené na zlepšení přístupu ke zdravým a výživným potravinám	Ano
Požadavek vnitrostátního právního předpisu jiného ČS	V některých případech ano
Dostupnost / sezónnost surovin	V některých případech ano
Regionální chuťové preference spotřebitelů	V některých případech ano
Odlíšná gramáž či velikost obalu	V některých případech ano
Kupní síla obyvatel	Ne

Zdroj: Základní principy kontroly dvojí kvality potravin, pracovní materiál SZPI (2021, str. 10)

V lednu 2021 schválili poslanci parlamentu České republiky novelu zákona o potravinách a tabákových výrobcích upravující mimo jiné i problematiku dvojí kvality potravin či potravinové kvóty. Novela zákona vstoupí v platnost v květnu 2021 a jasně definuje zákaz prodeje potravin dvojí kvality. Za prodej potravin s podstatně odlišným složením bude hrozit pokuta až 50 milionů korun. (iRozhlas, 2021)

6 Značky kvality potravin

Značky kvality neboli účelové značky definují Velčovská & Marhounová (2005, str. 40) jako: „*grafické symboly, které se vyskytují buď na obalu produktu, nebo na produktu samotném, případně v doprovodných informačních materiálech. Informují o vybraných parametrech produktu (obalu) či jeho užití.*“

Produkty nesoucí toto označení prokazují splnění určitých požadavků na kvalitu stanovených správcem značky. Značka kvality představuje konkurenční výhodu a silný marketingový nástroj pro prodejce. Značek garantujících kvalitu potravin je velmi mnoho. Jejich smyslem je usnadnění orientace spotřebitele při nákupu potravin. Tyto značky mohou sloužit jako jakýsi návod pro zákazníka, jak vybrat kvalitní výrobek. Nemusí však splňovat požadavky na kvalitu všech spotřebitelů. Ministerstvo zemědělství a státní zemědělský intervenční fond cílí na kvalitu českého potravinářství, za pomoci značek kvality podporuje kvalitu místních producentů a seznamuje veřejnost s jejich produkty. (SZIF, 2021)

Návod pro zákazníka mohou představovat i chráněná označení Evropské unie. Tyto loga Evropské unie tvoří systém tří označení, mezi něž patří chráněné označení původu (CHOP), jímž je značen kupříkladu Český kmín či chráněné zeměpisné označení (CHZO), kterým jsou značeny například Olomoucké tvarůžky. Třetí logo představuje zaručeně tradiční speciality (ZTS), příkladem potravin nesoucí toto označení je Pražská šunka. Tato práce se bude již více věnovat pouze vybraným značkám kvality vyskytujícím se na českém i evropském trhu. (SVSCR, 2021)

6.1 Klasa

Klasa je neznámější českou značkou kvality potravin. Toto prestižní ocenění uděluje ministr zemědělství kvalitním a zdravotně nezávadným potravinám již od roku 2003. Logo Klasa pomáhá k lepší identifikaci kvalitní potravin a jejímu porovnání s konkurenčními produkty. Potravinářské výrobky nesoucí ocenění Klasa musí být vyrobeny na území České republiky, avšak suroviny použité při jejich výrobě mohou pocházet ze zahraničí. Oprávnění označení výrobku značkou kvality Klasa je poskytováno na tři roky, může být prodlouženo či, při zhoršení kvality výrobků nebo porušení podmínek pro její držení, odebráno. Pro získání oprávnění užívat značku musí výrobce splňovat obecné a specifické požadavky dle platných právních předpisů.

Základní podmínkou je skutečnost, že žadatelem o ocenění musí být fyzická či právnická osoba, která je provozovatelem potravinářského podniku. (SZIF, 2021)

Další podmínky jsou:

- žadatel je povinen předložit technickou dokumentaci k výrobku,
- výrobek musí splňovat požadavky uvedené v zákoně č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích,
- žadatel musí doložit certifikát ISO či jiné certifikáty kvality užívané v potravinářském průmyslu,
- žadatel musí dodržovat pravidla správné výrobní a hygienické praxe,
- žadatel musí uvádět procentuální zastoupení surovin na obalu výrobku,
- žadatel musí označit potravinářský výrobek logem Klasa,
- žadatel je povinen umožnit pravidelné kontroly orgánům provádějící dohled. (Eklasa, 2021)

Kontrolu požadavků na kvalitu a složení výrobků provádí Státní zemědělský a potravinářský intervenční fond a Státní veterinářská inspekce. Portfolio produktů nesoucí označení Klasa obsahuje již okolo 1000 výrobků od přibližně 220 výrobců. (SZIF, 2021)

6.2 Regionální potravina

Označení Regionální potravina je udělováno nejvyšší kvalitou zemědělským nebo potravinářským výrobkům v jednotlivých krajích. Značku kvality uděluje ministr zemědělství na základě hodnocení odborné komise. V každém ze 13 krajů v České republice je vyhlášena soutěž o udělení značky kvality „Regionální potravina“. Výrobek, který se o označení uchází, musí být vyroben v daném kraji, ze surovin z tohoto kraje, případně v určitých výjimkách ze surovin tuzemských. (SZIF, 2021)

Cíl soutěže je podpora a představení lokálních producentů, motivace spotřebitelů k vyhledávání a nákupu domácích potravin na farmářských trzích nebo u výrobců. Nákupem výrobků s logem Regionální potravina zákazník podpoří kraj a také udržení či dokonce rozšíření pracovních míst v řadách zemědělců, producentů i prodejců lokálních potravin. Oceněním značkou kvality Regionální potravina se v současnosti pyšní 411 produktů od 314 výrobců. (Regionalni potravina, 2021)

Výhody výrobků oceněných značkou kvality Regionální potravina jsou:

- jistota kvalitní, tradiční či speciální potraviny z místních zdrojů,
- znalost původu,
- lokálnost potraviny, díky které je potravinářský výrobek čerstvý a tím chutnější,
- menší zátěž životního prostředí,
- podpora rozvoje zaměstnanosti v regionech. (SZIF, 2021)

6.3 Víím, co jíím

Značka Víím, co jíím a píju je součástí mezinárodního programu vzniklého pod záštitou Světové zdravotnické organizace a Organizace OSN. Značkou kvality Víím, co jíím jsou označovány potraviny vhodné pro zdravý životní styl. Tyto potraviny jsou kvalitní, nutričně vyvážené a zdraví prospěšné. Jedná se o potraviny, které obsahují méně nasycených mastných kyselin, trans mastných kyselin či méně soli a přídáných cukrů. Označovány jsou také potraviny bohaté na vlákninu a s vhodnou energetickou hodnotou. (Vimcojim, 2021)

Cílem organizace udělující toto označení je podpora zdravého životního stylu, pravidelného pohybu, zlepšení stravovacích návyků a nákupních zvyklostí obyvatel nejen v ČR. Organizace se snaží zvýšit povědomí o udržitelném, nutričně vyváženém stravování a předcházet tím chronickým onemocněním souvisejícím s výživou. (Vimcojim, 2021)

Kritéria pro ocenění značkou Víím, co jíím jsou sestavena Národním vědeckým výborem a schválena řadou odborníků z oboru výživy či potravinářských technologií. Tyto kritéria jsou pravidelně každé 3 roky obnovována dle poznatků z nejnovějších studií, v závislosti na právních předpisech a zvláštních stravovacích nároků jednotlivých národností. V současné době označení Víím, co jíím nese přes 400 potravinářských výrobků. (Vimcojim, 2021)

6.4 Český výrobek a Český výrobek – garantováno Potravinářskou komorou ČR

Ochranná známka Český výrobek vznikla v roce 1994 na podporu malých, středních i velkých podniků v České republice. Cílem fondu je informovat spotřebitele o kvalitních českých produktech ze všech oborů, nejen těch potravinářských. (Česky výrobek, 2021)

Český výrobek – garantováno potravinářskou komorou České republiky, představuje značku kvality ve vlastnictví Potravinářské komory vyskytující se na trhu od roku 2011. Tato značka má za cíl podporu českých potravin a usnadnění orientace spotřebitele při nákupu potravinářských výrobků. (Foodnet, 2021)

Označení může získat taková potravina, jež je vyrobena na území České republiky a z českých surovin. Oprávnění užívat označení Český výrobek je výrobcí uděleno na období tři let, následně je možné požádat o prodloužení užívání. Poskytnutím licence značky Český výrobek, garantováno potravinářskou komorou ČR, je zmocněn prezident PK ČR po předchozím schválení rady PK ČR. Dozor nad dodržováním podmínek užívání značky provádí sekretariát PK ČR. V současné době užívá značku přes 70 společností, což představuje více než 1800 výrobků. (Foodnet, 2021)

6.5 Značky kvality nesoucí označení BIO

Veškeré potravinářské produkty ekologického zemědělství musí být označeny národním či evropským logem pro biopotravinu. Biopotravinou se rozumí potravina z ekologicky vyprodukovaných surovin. Pro tyto potraviny platí veškeré právní požadavky jako pro běžné potravinářské výrobky a navíc další doplňující legislativní předpisy. (Bezpečnost potravin, 2021)

6.5.1 Národní značení BIO

Označení BIO s nápisem „Produkt ekologického zemědělství“ zobrazuje ochrannou známku pro biopotraviny užívanou v České republice. Veškeré balené biopotraviny vyprodukované a kontrolované v České republice musí nést národní logo BIO, tzv. biozebru, taktéž evropské označení BIO, značení původu a kód kontrolní organizace. (EAGRI, 2021)

Logo představuje záruku, že při produkci nebyly použité žádné herbicidy, pesticidy, hnojiva, chemické postřiky, geneticky modifikované organismy či aditivní látky užívané pro zlepšení chutě, vůně i barvy. U živočišných produktů je kladen důraz na lidské zacházení se zvířaty, venkovní výběhy a dostatek prostoru pro zvířata. (Organikk, 2021)

Na základě zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, ve znění pozdějších předpisů, a vyhlášky č. 16/2006 Sb., ze dne 6. ledna 2006, kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství, musí být všechny bioprodukty vyprodukované v ČR značeny biozobrou a číselným kódem kontrolní organizace.

6.5.2 Evropské označení BIO

Ekologická produkce v rámci Evropské unie nese grafické značení BIO pro EU. Používání této značky je od 1. července 2010 povinné pro všechny biopotraviny vyprodukované na území EU, pro produkty dovezené ze třetích zemí je označení dobrovolné. Evropské značení pro biopotraviny musí být vždy doprovázeno číselným kódem kontrolní organizace a informací o původu potravin. Tyto povinné informace musí výrobce umístit na obal do jednoho zorného pole s logem. V případě nebalených potravin je jejich původ prokazován certifikátem. (EAGRI, 2021)

7 Internetové obchody s potravinami a kvalita potravin

Trendem v oblasti nakupování jsou již několik let online nákupy. Internetové obchody neboli e-shopy představují nejtýpější formu elektronického obchodování. Elektronické obchodování umožňuje prodejčům mnohem lépe pochopit potřeby spotřebitele. Spotřebitelé mají při online nákupech přístup k velkému množství informací, často i k rozsáhlejšímu portfoliu výrobků a služeb než v kamenných prodejnách, komunikace s obchodníky bývá rychlá a snadná.

Dle Pilíka (2015) je online nákupem rozuměn takový nákup, při němž spotřebitel nakupuje výrobky nebo služby prostřednictvím internetu. Spotřebitelé nakupující na internetu se odlišují od „tradičních“ spotřebitelů samotným přístupem k nákupu a v reakcích na marketingové nástroje. Internetoví spotřebitelé očekávají vyšší standard služeb, rychlosti dodání, výběru, pohodlí či cen. Nejvýznamnějším očekáváním je rychlost dodání objednaného zboží. Pokud nastane situace, kdy je rychlost dodání mezi e-shopem a kamennou prodejnou srovnatelná, rozhoduje se zákazník dle dalších kritérií jako například šíře sortimentu či sleva z ceny.

V důsledku pandemie Covid-19 významně vzrostl objem nákupů uskutečňovaných online, dle údajů ČSÚ v roce 2020 nakupovala na internetu více než polovina Čechů. V oblasti nákupů potravin, potravinových doplňků a nápojů online je Česká republika nad průměrem Evropské unie. (CZSO, 2021) V České republice existuje okolo 3600 internetových obchodů prodávající potraviny a potravinové doplňky. Tyto obchody zažívají od počátku pandemie rekordní poptávku po produktech, zvětšují sklady i distribuční centra, přijímají nové zaměstnance a rozšiřují svou nabídku. Prodeje potravin online vzrostly oproti předchozímu roku o 45%. (Lidovky, 2021)

Největšími online prodejci potravin v ČR jsou: iTesco, Košík a Rohlík. Tito prodejci nabízejí na svých e-shopech kompletní potravinářský sortiment (maso a ryby, pečivo, ovoce a zelenina, mražené a chlazené výrobky, mléčné výrobky, nápoje či trvanlivé potraviny) i sortiment nepotravinářský zahrnující drogerii, výrobky do domácnosti, chovatelské potřeby či zprostředkovaný prodej lékárnického zboží. Menšími prodejci, kteří nabízejí již specifitější sortiment, jsou například Nákup domu, Z-market, Nákup pod nos a mnoho dalších. (MF Dnes, 2020) Spolu s trendem zdravého životního stylu se do obliby dostávají online e-shopy lokálních prodejců nabízející farmářské a ekologické výrobky. Příkladem může být dodatek kamenného obchodu, internetový obchod Nákup

u Lidušky, který nabízí zdravou výživu a jídlo z farem Plzeňského kraje. (Nakup u Lidusky, 2021)

Na základě testu e-shopů potravin MF Dnes bylo hodnoceno deset internetových obchodů, jenž nabízí prodej a rozvoz potravin. Hodnocena byla cena potravinářských produktů, dopravy či minimální výše objednávky, tyto kritéria tvořily 30 % hodnocení. Dále byl hodnocen nákupní komfort, tedy širě nabízeného sortimentu, jeho dostupnost či uživatelská přívětivost webových stránek e-shopu. Tyto aspekty tvořily taktéž 30 % výsledného hodnocení. Celkem 40 % výsledného hodnocení bylo tvořeno zkušenostmi zákazníků, jejich spokojeností se službami, kvalitou či čerstvostí dodaného zboží, rychlostí dodání nebo jednání kurýra. Nejlépe hodnoceným internetovým obchodem s potravinami byly již výše zmíněné e-shopy Rohlik.cz a Kosik.cz, oba tyto obchody získaly ohodnocení 91 %. Internetový obchod iTesco, který je třetím z již zmíněných potravinových e-shopů dostal ohodnocení pouhých 75 %. Toto nízké hodnocení bylo zapříčiněno několika aspekty, doručením sortimentu od jiné značky, než byla objednána a tím i rozdílné gramáže, doručením nahnilého ovoce a v jiné kvalitě, než bylo uvedeno v objednávce či neochotou kurýra. (Nová, 2020)

Nákup potravin online přináší zákazníkovi řadu pozitiv i negativ. Mezi pozitiva řadíme široký sortiment zboží, cenovou přijatelnost, rychlost a snadnost nákupu, úsporu času, rychlé doručení, komplexnost informací o dané potravině a možnost nákupu v průběhu celého dne. Negativy, které nákup na e-shopech přináší, jsou obavy z kvality a čerstvosti potravin, z nedodání objednaného zboží či komplikace vzniklé při vracení a reklamování zboží. (Polášková, 2020)

Web Acomware (2019) uvádí za největší přínosy nákupu potravin online časovou úsporu a pohodlnost, dále rychlost a způsob doručení, platební podmínky či možnost vyhnout se impulzivním nákupům. Oproti tomu nákup potravin v kamenném obchodě přináší řadu výhod jako např. osobnější přístup k zákazníkovi nebo možnost zboží prozkoumat a důkladně vybrat dané zboží v preferované čerstvosti a kvalitě.

8 Výzkum

V této kapitole budou podrobně interpretovány výsledky vlastního výzkumu. Cílem tohoto výzkumu bylo zjistit, jak a skrz jaké ukazatele vnímají spotřebitele kvalitu potravin a jaké jsou jejich preference při nákupu potravin. Pro zpracování tohoto výzkumu byla zvolena metoda kvantitativního výzkumu realizována v podobě dotazníkového šetření. Poznatky získané v teoretické části práce byly použity při zpracování tohoto výzkumu.

Prvním krokem byl pilotní výzkum, jehož se účastnilo 10 respondentů, kteří zkoumali pochopitelnost, srozumitelnost a náročnost dotazníku. Následné dotazníkové šetření probíhalo online pomocí webového formuláře, tzv. metodou CAWI. Vzhledem k obtížné situaci vzniklé pandemií COVID-19 muselo být vyřazeno původně plánované dotazování metodou PAPI, tj. osobní dotazování za využití papírových dotazníků.

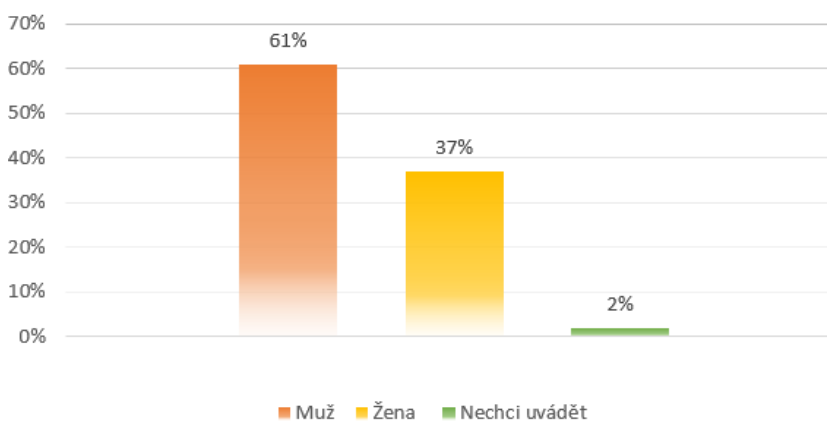
8.1 Dotazník – struktura, distribuce

Dotazník, viz Příloha A byl tvořen z 16 otázek strukturovaných do třech částí. První část dotazníku byla zaměřena na otázky zabývající se spotřebitelskými preferencemi při nákupu potravinářských produktů. Část druhá, se blíže zabývala spotřebitelskými požadavky na kvalitu potravin a vnímáním kvality potravin. V poslední části dotazníku byly pokládány otázky k zjištění demografických údajů respondentů. Dotazník byl rozeslán prostřednictvím e-mailu, zprávy či platformou Messenger a WhatsApp. Dotazníkové šetření probíhalo 14 dní, bylo spuštěno 1. 4. 2021 a ukončeno 14. 4. 2021. Celkem byla získána data od 205 respondentů.

8.2 Charakteristika respondentů

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 205 respondentů. Všichni respondenti vyplnili dotazník validními daty, tudíž byl zkoumaný soubor tvořen 205 respondenty. Data získaná dotazováním byla importována do programu MS Excel a dále staticky zpracovávána a podrobně popsána. Do charakterizujících informací o respondentech byly zahrnuty demografické údaje typu pohlaví, věk, vzdělání a příjem. Na dotazník odpovědělo celkově 205 respondentů, z nichž 61 % (125) tvořili muži a 37 % (75) ženy. Zbýlá 2 % tvořilo 5 respondentů, jež své pohlaví nechtělo uvádět.

Obr. 3: Jaké je Vaše pohlaví?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Věkově byli respondenti rozděleni do několika kategorií. Ve věkové kategorii 76 + vyplnily dotazník pouze dvě osoby, což bylo pravděpodobně zapříčiněno online formou dotazování, jelikož starší generace nejsou zběhlé v užívání internetu. Z kategorie 66 – 75 let odpovědělo na veškeré otázky 9 mužů, 4 ženy a jeden respondent, jenž nechtěl své pohlaví uvést. Kategorie 56 – 65 let čítala celkem 19 respondentů a věková skupina 46 – 55 let byla zastoupena 37 respondenty. Nejvíce byla zastoupena věková kategorie od 36 do 45 let s 47 respondenty, ihned po ní s 45 respondenty kategorie 26 až 35 let. Respondenti v těchto věkových kategoriích jsou lidé středního věku, kteří tvoří produktivní část obyvatelstva. Tito lidé obvykle právě zakládají nebo již mají rodiny s dětmi, což je segment, který se často vyznačuje největší kupní silou. Dotazníkového šetření se neúčastnili žádní respondenti mladší 18 let. Důvodem neúčasti generace mladší 18 let mohl být fakt, že tito lidé obvykle ještě žijí s rodiči a o nákup a kvalitu potravin se nestarají. Proto byl pro ně dotazník bezpředmětný či nezajímavý a rozhodli se ho nevyplnit.

Tab. 2: Pohlaví v závislosti na věk respondentů

	Muž	Žena	Nechci uvádět	Celkový součet
méně než 18	0	0	0	0
18-25	19	22	0	41
26-35	28	17	0	45
36-45	32	15	0	47
46-55	23	12	2	37
56-65	14	4	1	19
66-75	9	4	1	14
76 +	0	1	1	2
Celkový součet	125	75	5	205

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Nejvyšší dosažené vzdělání v závislosti na příjmu respondentů znázorňuje Tab. 3. Středoškolské vzdělání s maturitou označilo jako nejvyšší dosažené vzdělání 95 respondentů, tudíž téměř polovina dotazovaných. Zbýlých 64 dotazovaných dosáhlo vysokoškolského vzdělání, středoškolského vzdělání s maturitou dosáhlo 38 respondentů a základní vzdělání bylo nejvyšší dosažené vzdělání pro 8 respondentů.

Tab. 3: Příjem v závislosti na vzdělání respondentů

	Středoškolské bez maturity	Středoškolské s maturitou	Vysokoškolské	Základní	Celkový součet
Nadprůměrný	0	7	29	0	36
Průměrný	20	67	28	2	117
Podprůměrný	18	21	7	6	52
Celkový součet	38	95	64	8	205

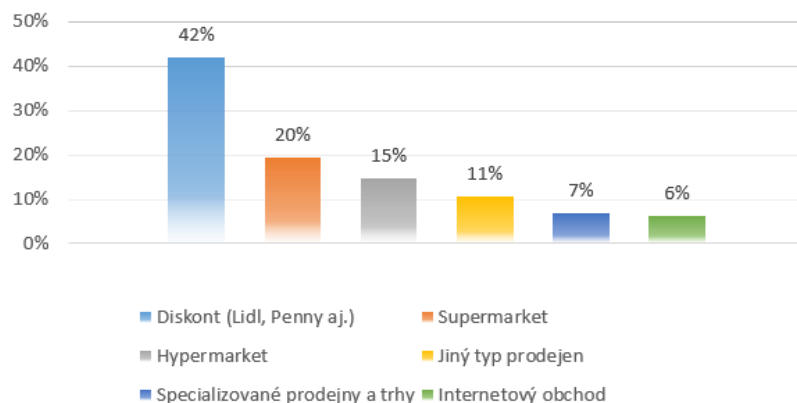
Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Dotazovaní dále odpovídali na otázku týkající se jejich příjmu, kde měli zodpovědět, zda je jejich příjem nadprůměrný, průměrný či podprůměrný. Z čehož pouze 18 % respondentů (36 osob) odpovědělo, že je jejich příjem nadprůměrný, více než polovina respondentů, přesněji 57 % (117 osob), uvedla průměrný příjem a zbylých 25 % respondentů (52 osob) označilo svůj příjem podprůměrným. V tabulce č. 2 lze vidět, že nadprůměrného příjmu dosahují nejvíce vysokoškoláci, celkem 29 vysokoškolsky vzdělaných respondentů. Středoškolští studenti s maturitou nejčastěji dosahují průměrného platů či platu podprůměrného, na nadprůměrný plat dosáhne pouze 7 % z nich.

8.3 Nákup potravin

V této kapitole budou popsány výstupy první části dotazníku, ve které byly zjišťovány preference nákupních míst či nákupních webů a případné zkušenosti dotazovaných s těmito obchody. Jak již bylo výše v teoretické části zmíněno, diskontní prodejny se stávají více a více oblíbenými. Z obrázku č. 4 jasně vyplývá, že nejčastějším místem k nákupu potravin je pro dotazované diskontní prodejna, ve které nejčastěji nakupuje 42 % dotazovaných (86 osob). Druhým nejčastějším místem pro nákup potravin je supermarket, kde nakupuje 20 % dotazovaných (23 mužů a 17 žen). Nejvyšší četnost návštěv hypermarketu uvedlo 15 % respondentů (30 osob). Dalších 11 % dotazovaných nejčastěji navštěvuje jiný typ prodeje, mezi něž lze například zařadit večerky či maloobchodní prodejny. Celkem zde nejčastěji nakupuje 22 osob, z nichž 17 představují muži, kterým často stačí nákup pouze nejnужnějších potravin v malé prodejně či večerce, naopak ženy jsou v tomto ohledu náročnější. Ve specializovaných prodejnách a na trzích nakupuje 7 % respondentů, tedy 7 mužů, 6 žen a jeden dotazovaný, který své pohlaví nechce uvádět. Zbylých 6 % (13 osob) respondentů nejčastěji uskutečňuje nákup přes e-shopy s potravinami.

Obr. 4: Kde nejčastěji uskutečňujete nákup potravin?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Tabulka č. 4 zobrazuje preference nákupních míst respondentů s podprůměrným platem v závislosti na jejich dosaženém vzdělání. Tito respondenti nejčastěji navštěvují supermarkety (16 osob) a diskontní prodejny (16 osob). Zákazníci supermarketů jsou respondenti s podprůměrným příjmem, kteří dosáhli základního vzdělání (2 osoby), středoškolského bez maturity (5 osob) i středoškolského s maturitou (7 osob) a v neposlední řadě vzdělání vysokoškolského (2 osoby). Největší počet respondentů

s dosaženým vysokoškolským vzděláním (4 osoby) a podprůměrnými příjmy navštěvuje diskont. Diskontní prodejnu nejvíce navštěvují i dotazovaní se základním vzděláním (1 osoba), středoškolským vzděláním s maturitou (8 osob) nebo středoškolským vzděláním bez maturity (3 osoby). Hypermarket je nejpreferovanějším místem pro nákup pro 1 vysokoškolsky vzdělaného respondenta s podprůměrným příjmem, i pro dotazované se středoškolským vzděláním s maturitou (3 osoby) a středoškolským vzděláním bez maturity (3 osoby). Na internetu nakupují jen 2 respondenti s podprůměrným příjmem, 1 se základním vzděláním a 1 s nejvyšším dosaženým vzděláním středoškolským s maturitou. Nejvíce respondentů (4 osoby) se středoškolským vzděláním bez maturity nakupuje v jiném typu prodejen, největší množství nákupů zde uskutečňují i respondenti se vzděláním základním (2 osoby) a středoškolským s maturitou (2 osoby). Specializované prodejny a trhy navštěvují pouze 3 dotazovaní, jejichž plat je podprůměrný a dosáhli nejvyššího vzdělání středoškolského bez maturity.

Tab. 4: Preference nákupních míst respondentů s podprůměrným příjmem v závislosti na nejvyšším dosaženém vzdělání

	Základní	Středoškolské bez maturity	Středoškolské s maturitou	Vysokoškolské	Celkový součet
Diskont (Lidl, Penny Market aj.)	1	3	8	4	16
Hypermarket	0	3	3	1	7
Internetový obchod	1	0	1	0	2
Jiný typ prodejen	2	4	2	0	8
Specializované prodejny a trhy	0	3	0	0	3
Supermarket	2	5	7	2	16
Celkový součet	6	18	21	7	52

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Následující otázka byla zaměřena pouze na nákup potravin na e-shopech. Zda ještě někdo, kromě již zmíněných 6 % respondentů (13 osob) nakupuje nebo někdy nakupoval potraviny prostřednictvím internetového obchodu. V tabulce č. 5 lze vidět, že z celkových 205 dotazových má pouze 63 lidí zkušenosti s nákupem potravin na internetu, více než polovina respondentů služeb potravinových e-shopů nikdy nevyužila.

Tab. 5: Využili jste někdy k nákupu potravin internetový obchod?

Ano	63	31%
Ne	142	69%
celkem	205	100%

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Pokud respondenti již někdy nakoupili prostřednictvím e-shopu s potravinami, odpovídali na následující otázku. Respondenti měli v této otázce uvést své zkušenosti s nákupem, zda byly pozitivní či negativní a stručně je popsat. Převažovaly odpovědi se zkušenostmi pozitivními a jen pár negativními. Negativní zkušenosti se týkaly čerstvosti i kvality ovoce a zeleniny či pozdního dovozu. Dotazovaní s pozitivními zkušenostmi s nákupem však často uváděli jako plus právě kvalitu a čerstvost dovezeného ovoce a zeleniny, rychlost dovozu nebo velký výběr potravin. Tyto rozdílné zkušenosti mohly záviset na řadě faktorů, jako například subjektivní vnímání kvality a čerstvosti každého z respondentů či na vzdálenosti mezi skladem e-shopu a bydlištěm objednávaného, kdy mohlo během cesty dojít k narušení kvality i čerstvosti potravin. Rychlost dovozu se mohla odvíjet od dostupnosti či frekvence lokality bydliště respondenta objednávaného zboží. Jedním z hlavních faktorů je i samotná volba internetového e-shopu a jeho nabízeného sortimentu.

Mezi pozitiva nákupu potravin na internetu byla uváděna úspora času, jednoduchost a pohodlnost této formy nakupování. Dalším plusem nákupu na e-shopu byl pro dotazované výběr specializované zdravé výživy, která v kamenné prodejně nebývá dostupná nebo fakt, že při online nákupu nenakoupí takové množství zboží, jako když prochází uličky v obchodě a koupí, co jim zrovna „padne do oka“. Tvrzení respondentů se lišila i u kladných zkušeností s nákupem. V jedné odpovědi byly zkušenosti považovány za pozitivní, ale cenovou hladinu potravin prodávaných na internetu označil dotazovaný jako vyšší, jiný z dotazovaných také definoval pozitivní zkušenosti a i ceny označil jako velmi příznivé. Na podzim roku 2020 probíhala na Facebooku časopisu dTest anketa oblíbenosti nákupu potravin přes internet, které se zúčastnila zhruba stovka dotazových. Z této ankety vyplynulo, že hlavním motivátorem k nákupu na potravinových e-shopech je taktéž pohodlí a rychlost nákupu. Polovina účastníků ankety označila jako důvod nákupu snahu vyhnout se nákupu v kamenných obchodech v souvislosti s pandemií COVID-19 nebo možnost objednání zboží kdykoliv během dne. (dTest, 2020)

Tab. 6: Pozitiva a negativa nákupu potravin online

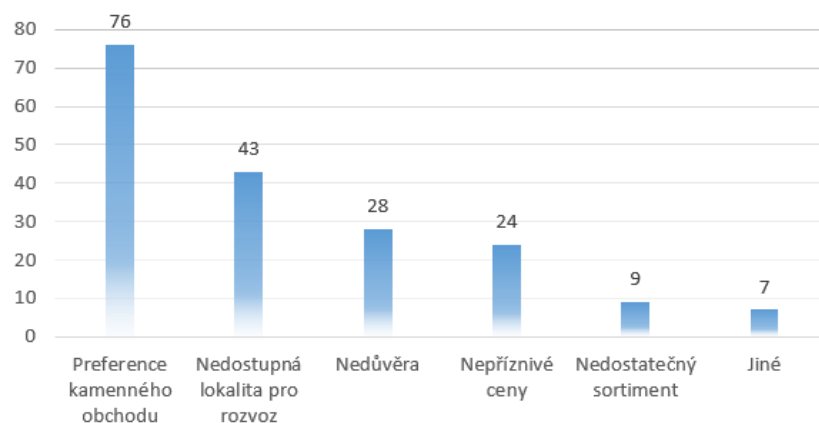
Pozitiva	Negativa
čerstvost ovoce a zeleniny	čerstvost ovoce a zeleniny
celková kvalita ovoce a zeleniny	celková kvalita ovoce a zeleniny
rychlost dovozu	rychlost dovozu
jednoduchost	/
pohodlnost	
široký výběr	
časová a finanční úspora	

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Naopak respondenti, kteří doposud nákup potravin na internetu neuskutečnili, mohli volit z více možností, proč této možnosti nákupu ještě nevyužili. Na Obr. 5 lze vidět, že nejčastějším důvodem byla stále ještě preference kamenného obchodu (četnost 76). Konzultační společnost Acomware uvádí, že online nakupuje již pětina Čechů, ale preference nákupu potravin a drogerie v kamenných obchodech zůstává. (SOCR, 2019) Tento fakt může být způsoben tím, že pro českého spotřebitele je pravidelný nákup potravin zvykem, je součástí jeho denního nebo týdenního harmonogramu. Spotřebitel již má své preferované obchody, naučený nákup zde dostupných potravin a nákup online ho proto nemusí ani napadnout nebo mu přijde zbytečný či zdlouhavý. Druhým respondenty nejčastěji udávaným důvodem pro neuskutečnění nákupu na e-shopu byla nedostupnost lokality pro rozvoz (četnost 43). Důvod možná pramení z nevědomosti, že internetový obchod iTesco v současnosti garantuje rozvoz kamkoli v České republice. Rozvoz je však zprostředkovan právní společností a doručení je garantováno do 3 pracovních dní, což může být pro mnoho spotřebitelů značně nevyhovující. (iTesco, 2021) Rozsah vzdálenosti dovozu jiných internetových obchodů se s jejich rostoucí oblibou stále více zvětšuje, ale povětšinou bývá soustředěn pouze po větších městech České republiky nebo po jejich blízkém okolí. Dále respondenti nejčastěji udávali jako důvod nevyužití služeb internetového obchodu nedůvěru (četnost 28), nepříznivé ceny (četnost 24) nebo nedostatečný sortiment (četnost 9). U jiných důvodů (četnost 7) dotazovaní uváděli například zbytečnost nákupu online, pokud bydlí ve městě, kde je kumulace obchodů prodávajících potraviny vysoká nebo nákup převážně privátních značek, které jsou dostupné pouze v určitých obchodech. Byla zde uvedena i odpověď, že nákupem na internetu by dotazovaný strávil mnohem více času, než nákupem

v kamenné prodejně, což jen podporuje výše uvedenou dedukci, že je pro spotřebitele nákup v kamenném obchodu zvykem.

Obr. 5: Z jakých důvodů jste k nákupu potravin nevyužili internetový obchod?

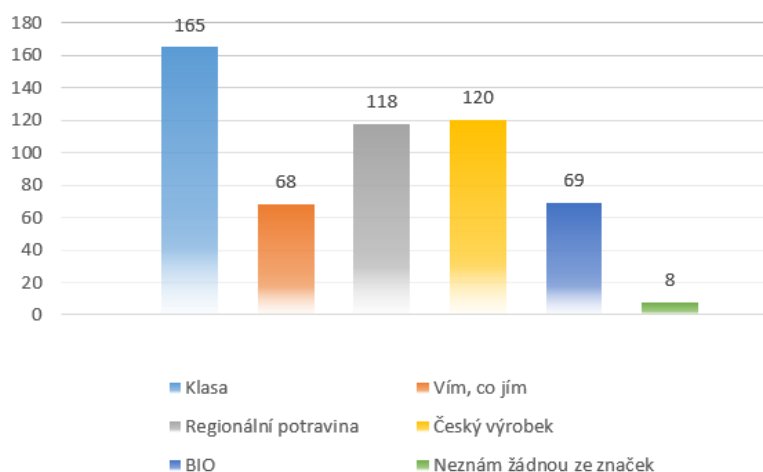


Zdroj: vlastní zpracování, 2021

8.4 Kvalita potravin

Další segment dotazníku se zabýval kvalitou potravin a značkami kvality viz kapitola 6 Značky kvality potravin. V otázce týkající se značek kvality měli respondenti označit veškeré značky kvality, které znají. Nejčastěji respondenti uváděli značku Klasa (četnost 165), následně Český výrobek (četnost 120), Regionální potravina (četnost 118), označení BIO (četnost 69) a Vím, co jím (četnost 68). Jen 8 respondentů, z nichž bylo 7 mužů a 1 žena, uvedlo, že nezná žádnou z vyobrazených značek. Označení Klasa bylo respondenty označováno nejčastěji, což může jen potvrdit její statut nejznámější české značky kvality, 20 osob z dotazovaného souboru označilo jako jedinou známou značku právě značku Klasa. Vysoké povědomí o této značce je pravděpodobně zapříčiněno množstvím výrobků nesoucí toto označení kvality i velmi dobrou a frekventovanou marketingovou propagací. Celkem 13 mužů a 11 žen uvedlo, že znají všechny zobrazené značky kvality.

Obr. 6: Které z uvedených značek kvality znáte?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Tabulka č. 7 zobrazuje dosažené vzdělání a příjem 24 respondentů (13 mužů a 11 žen), kteří uvedli, že znají veškeré zobrazené značky kvality. Z tabulky vyplývá, že největší povědomí o těchto značkách kvality mají vysokoškolsky vzdělaní respondenti (12 osob), z nichž 6 dosahuje průměrného platu a zbylých 6 dotazovaných platu nadprůměrného. Všechny zmíněné značky kvality zná dle vyplněných odpovědí 8 respondentů se středoškolským vzděláním zakončeným maturitou. Ani jeden z těchto 8 respondentů nedosahuje nadprůměrného příjmu, pouze průměrného (5 osob) a podprůměrného (3 osoby). Všichni dotazovaní (4 osoby), jejichž nejvyšší dosažené vzdělání je středoškolské bez maturity, a kteří uvedli, že znají veškeré zobrazené značky, dosahují průměrného příjmu. Pro těchto 24 spotřebitelů může být znalost všech výše uvedených značek velkým pomocníkem při výběru potravin, které splňují určité požadavky na kvalitu potravin.

Tab. 7: Vzdělání v závislosti na příjmu respondentů znající zobrazené značky kvality

	Nadprůměrný	Průměrný	Podprůměrný	Celkový součet
Středoškolské bez maturity	0	4	0	4
Muž	0	3	0	3
Žena	0	1	0	1
Středoškolské s maturitou	0	5	3	8
Muž	0	2	1	3
Žena	0	3	2	5
Vysokoškolské	6	6	0	12
Muž	4	3	0	7
Žena	2	3	0	5
Celkový součet	6	15	3	24

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

V tabulce č. 8 je zobrazeno číselné ohodnocení vlivu daných kritérií při výběru potravin. Respondenti měli u jednotlivých kritérií přidělovat hodnocení 1 až 5, přičemž bylo možné vybrat i variantu 0. Číselné hodnocení bylo definováno: 1 = malý vliv, 2 = středně malý vliv, 3 = střední vliv, 4 = středně velký vliv, 5 = velký vliv a varianta 0 = nemá vliv. Toto hodnocení bylo přidělováno k faktorům: Cena, Složení, Značka, Obal, Reklama, Značka kvality a původ.

Tab. 8: Na číselné stupnici ohodnoťte, jak Vás ovlivňují daná kritéria při výběru potravin

Kritéria	Vliv					
	nemá	malý	středně malý	střední	středně velký	velký
Cena	14	29	43	57	33	29
Složení	9	15	33	44	47	57
Značka	15	45	45	59	30	11
Obal	46	46	56	38	17	2
Reklama	73	47	46	31	4	4
Značka kvality	28	24	40	41	37	35
Původ	12	22	35	49	44	43

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Nejvíce respondenty ovlivňuje složení (57), středně ovlivněni jsou cenou (57), značkou (59), značkou kvality (41) a původem potravin (49). V neposlední řadě vliv reklamy, která na dotazované nemá vliv (73). Složení představující pro spotřebitele největší vliv při výběru potravin lze považovat za velmi pozitivní výsledek. Zájem o složení potravin by mohl představovat krok spotřebitele k zdravějšímu a vyváženějšímu stravování. Za překvapivý výsledek může být považován deklarovaný nulový vliv reklamy na dotazované. Vliv tohoto kritéria je pravděpodobně také velmi podstatný, jen si ho respondenti příliš nepřipouští.

Tabulka č. 9 zobrazuje hodnocení jednotlivých kritérií v závislosti na plat respondentů. Dotazované s průměrným a podprůměrným platem nejvíce ovlivňuje na prvním místě složení (průměr nadprůměrný 3,78; průměr průměrný 3,37) a na druhém původ (průměr nadprůměrný 3,12; průměr průměrný 3,01). Respondenty, kteří uvedli, že je jejich plat podprůměrný, nejvíce ovlivňuje cena potravin (průměr 3,19) a poté až složení produktu (průměr 3,00). Lze předpokládat, že se tyto lidé budou při výběru potravin v první řadě zajímat o cenovou kategorii produktu či případnou slevu a následně se až zaměří na samotné složení potravin. Otázkou zůstává, pokud spotřebitel zhodnotí složení jako neuspokojivé, jaké jsou jeho další postupy, zda se rozhodne pro nákup kvalitnějšího produktu, ač dražšího nebo třeba danou potravinu raději vůbec nekoupí.

Celkově jsou respondenti v průměru nejvíce ovlivňováni složením 3,35.

Tab. 9: Příjem respondentů v závislosti na hodnocení kritérií

	Cena	Složení	Značka	Obal	Reklama	Značka kvality	Původ
Nadprůměrný	1,97	3,78	2,44	1,36	1,08	2,67	3,42
Průměrný	2,79	3,37	2,39	1,67	1,34	2,69	3,01
Podprůměrný	3,19	3,00	2,29	2,04	1,38	2,67	2,98
Celkem:	2,75	3,35	2,38	1,71	1,31	2,68	3,07

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Vzdělání respondentů v závislosti na vliv původu při výběru potravin je znázorněno v tabulce č. 10. Respondenti, s nejvyšším dosaženým vzděláním základním hodnotili vliv původu převážně jako malý. Nikdo z těchto respondentů neoznačil kritérium původu jako vliv, který by byl velký. Středoškolsky vzdělaní bez maturity volili nejčastěji hodnocení 3 = střední vliv (15 osob) a poté 5 = velký vliv (7 osob). Pro respondenty se středoškolským vzděláním s maturitou bylo nejčastějším hodnocení 5 = velký vliv, kterým vliv původu ohodnotilo 22 osob. Vysokoškolsky vzdělaní respondenti nejčastěji hodnotili vliv původu jako středně velký vliv (17 osob). Průměrné hodnocení respondentů se základním vzděláním bylo 2,13 a průměrné hodnocení dotazovaných se středoškolským vzděláním bez maturity činilo 2,97. S průměrným hodnocením 3,06 odpovídali ti respondenti, jejichž nejvyšší dosažené vzdělání bylo středoškolské s maturitou, nejvyšší průměrné hodnocení vlivu původu činilo 3,27 a jednalo se o hodnocení vysokoškolsky vzdělaných respondentů. V průměru bylo celkové ovlivnění původem při výběru potravin 3,07. Respondenti jsou tedy kritériem kvality ovlivňováni středním vlivem.

Tab. 10: Vzdělání respondentů v závislosti na vlivu původu

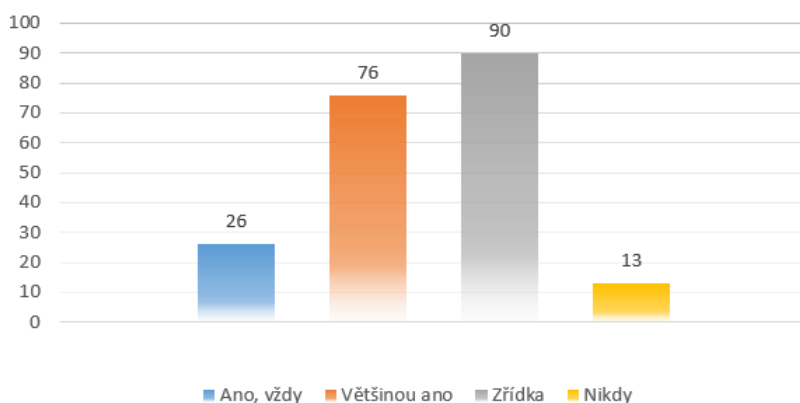
	0	1	2	3	4	5	Průměr celkem
Základní	1	2	2	1	2	0	2,13
Středoškolské bez maturity	3	3	5	15	5	7	2,97
Středoškolské s maturitou	5	14	15	19	20	22	3,06
Vysokoškolské	3	3	13	14	17	14	3,27
Průměr celkem	12	22	35	49	44	43	3,07

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Složením se více zabývala i další otázka, viz Obr. 7, ve které měli respondenti uvést, zda čtou informace o složení potraviny již přímo v obchodě při jejím nákupu. V předchozí otázce respondenti uváděli složení jako kritérium, které je při nákupu

ovlivňuje nejvíce, avšak s jeho podrobným studováním tak důkladní nejsou. Pouze 13 % respondentů (26 osob) odpovědělo, že složení potraviny čte vždy při nákupu, 37% dotazových (76 osob) odpovědělo, že ho čte většinou, zřídka čte složení potravin 44 % respondentů (90 osob) a 6 % dotazovaných (13 osob) zvolilo odpověď nikdy.

Obr. 7: Čtete informace o složení potravin, které je uvedené na obalu, přímo v obchodě při nákupu?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Všichni z respondentů, kteří nakupují nejčastěji ve specializovaných prodejnách a na trzích čtou složení potravin, přičemž dle tabulky č. 11 jsou ženy ve čtení pečlivější, než muži (možnost: ano, vždy byla odpovězena 4 ženami a 1 mužem). Lze předpokládat, že určité typy specializovaných prodejen jsou zaměřeny na prodej zdravé výživy, bio produktů či produktů určených pro osoby s potravinovými intolerancemi. Zákazníci těchto prodejen se budou pravděpodobně zajímat o složení potravin, ač už z výživové či zdravotní stránky

Tab. 11: Respondenti nakupující ve specializovaných prodejnách

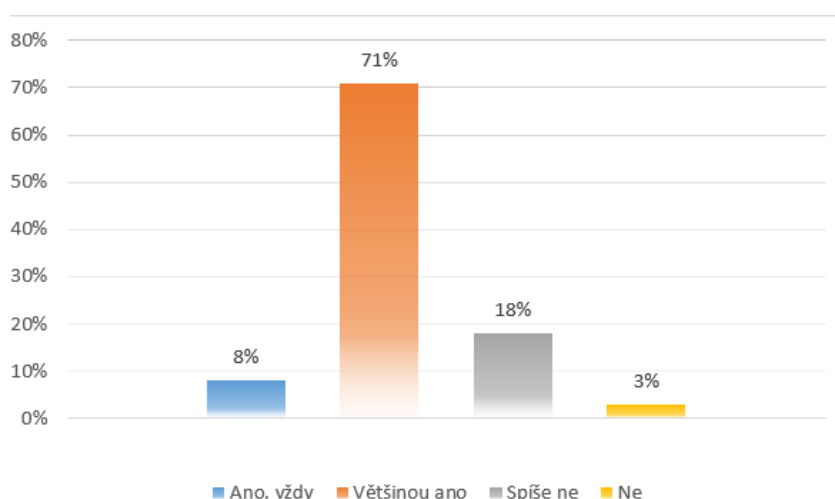
	Ano, vždy	Většinou ano	Zřídka	Nikdy	Celkový součet
Muž	1	2	3	0	6
Žena	4	1	2	0	7
Nechci uvádět	0	0	1	0	1
Celkový součet	5	3	6	0	14

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Více než polovina respondentů (71 %) odpověděla, že jsou pro ně informace o složení potraviny uvedené na obalu většinou srozumitelné. Vždy srozumitelné jsou informace pouze pro 8 % dotazovaných (16 osob). Respondenti, kteří odpovídali, že čtou složení vždy nebo většinou ano, jsou ti respondenti, pro které je složení většinou či zřídka

srozumitelné. Na obrázku č. 8 lze dále vidět, že pro 18 % respondentů (37 osob) jsou tyto informace spíše nesrozumitelné a pro zbylá 3 %, tedy pro 6 osob, nejsou tyto informace srozumitelné. Dotazovaní, kteří uvedli, že informace nečtou, jsou samozřejmě ti, kteří informacím uvedeným na obalu nerozumí.

Obr. 8: Jsou dle Vašeho názoru informace o složení potravinářského produktu uvedené na obalu dostatečně srozumitelné?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Na otázku „*Jsou dle Vašeho názoru informace o složení potravinářského produktu uvedené na obalu dostatečně srozumitelné?*“ navazovala filtrační otázka. Pokud někdo z respondentů uvedl odpověď „Ne“ či „Spíše ne“, tedy že pro něj informace nejsou nebo většinou nejsou srozumitelné, měl dále odpovědět, u jakých typů potravin jsou tyto informace nesrozumitelné či nedostatečné. Respondenti zde nejčastěji uváděli potraviny z pultového prodeje, jako jsou uzeniny, sýry, lahůdky a maso. Jako důvod nesrozumitelnosti bylo uváděno malé písmo, přílišně dlouhé popisy složení a nesrozumitelné zkratky. Jeden z respondentů, jednalo se o ženu, uvedl, že při nákupu většího množství potravin není možné neustále sledovat rozsáhlá složení potravin, zvláště pokud jsou díky malému písmu nesrozumitelná. Tato tvrzení jsou pravděpodobně opodstatněná. Prodejci nemají příliš možností, jak lépe označit veškeré potraviny na pultu. Ve snaze nabízet co nejrozsáhlejší sortiment plní pulty na maximum a potraviny často označují pouze malými kartičkami s popisky. Tyto označení musí splňovat legislativou dané požadavky na uvedené údaje. Malé písmo bývá voleno právě proto, aby se veškeré povinné údaje na označující kartičky vešly. Tento problém lze eliminovat možná jen omezením nabízeného sortimentu pultového

prodeje, na jehož základě by se vytvořilo více prostoru pro označující kartičky a tím se mohla zvětšit jejich velikost i velikost použitého písma. Jakožto zákazníci mohou respondenti předcházet problému s čitelností písma dotazem na obsluhu pultu, která by jim měla zodpovědět všechny potřebné údaje. Nesrozumitelnost v souvislosti s příliš dlouhým složením nebo neznámými zkratkami lze jen velmi těžko řešit, jelikož výrobci mají legislativou stanovené povinné údaje, které musí být na obalu uvedeny. Určité zkrácení představují právě zmíněné nesrozumitelné zkratky definující přidané látky. Je však velmi pravděpodobné, že pokud by byl na obalu uveden celý název přidané látky, pro většinu spotřebitelů by byl stále nic neříkající.

Na otázku, co pro dotazované znamená kvalitní potravina, byla nejčastěji označována odpověď potravina zdravotně nezávadná (četnost 143), následovala odpověď potravina se značkou kvality (četnost 93) a potravina od známého výrobce (četnost 70). Dalším tvrzením bylo potravina průmyslově nezpracovaná (četnost 68), potravina se značkou bio (četnost 37) či potravina vzhledově poutavá (četnost 26). Pro tři muže kvalitní potravina představuje všechny z výše uvedených možností. Respondenti též mohli napsat vlastní představu, co znamená kvalitní potravina. Odpovědí bylo například, že kvalitní potravina představuje potravinu, které je čerstvá a bez nadbytečné chemie, či potravinu, která obsahuje to, co deklaruje obal. Pro jiného respondenta je kvalitní potravina ta, co si vypěstuje na vlastní zahrádce nebo která se vyprodukuje během zabíjačky. Další respondenti uvedli, že za kvalitní potravinu považují tu, se kterou mají dobré zkušenosti a která jim chutná. Nejčastější volenou kombinací odpovědí byla: „potravina zdravotně nezávadná a potravina se značkou kvality“, tuto kombinaci zvolilo celkem 56 respondentů. Všichni tito respondenti znají alespoň jednu značku kvality a 49 z nich odpovědělo, že zná značku kvality Klasa. Druhá nejčastěji volená kombinace odpovědí, kterou uvedlo 53 respondentů, byla: „potravina zdravotně nezávadná a potravina průmyslově nezpracovaná“.

Tab. 12: Co pro Vás znamená pojem kvalitní potravina?

Potravina zdravotně nezávadná	143
Potravina průmyslově nezpracovaná	68
Potravina od známého výrobce	70
Potravina vzhledově poutavá	26
Potravina se značkou kvality	93
Potravina se značkou bio	37
Jiná	8

Zdroj: Vlastní zpracování, 2021

V následující tabulce je zobrazeno ztotožnění respondentů s danými tvrzeními. Respondenti měli u jednotlivých tvrzení určovat míru souhlasu s těmito tvrzeními, nebo mohli zvolit variantu, že neumí odpovědět. Pro zjednodušení grafického zobrazení byla jednotlivým mírám přidělena číselná váha: 1 = zcela souhlasím, 2 = převážně souhlasím, 3 = spíše souhlasím, 4 = spíše nesouhlasím, 5 = převážně nesouhlasím, 6 = zcela nesouhlasím a možnost 0 = neumím odpovědět. Míra, v případě tabulky číselné ohodnocení, byla přidělována kritériím: *dražší potraviny jsou kvalitnější potraviny, potraviny zakoupené ve specializovaných obchodech jsou kvalitnější, potraviny označené "bio" představují kvalitní potravinu, potraviny označené "protein" zaručují kvalitní potravinu, potraviny označené značkou kvality vnímám jako kvalitní potraviny, potraviny prodávané v ČR jsou kvalitní, potraviny prodávané v ČR jsou kvalitnější, než potraviny prodávané v zemích západní Evropy.*

Tab. 13: Ohodnoťte, jak se s těmito tvrzeními ztotožňujete

	0	1	2	3	4	5	6
<i>Dražší potraviny jsou kvalitnější potraviny</i>	2	5	45	75	49	19	10
<i>Potraviny zakoupené ve specializovaných obchodech jsou kvalitnější</i>	7	10	48	87	39	11	3
<i>Potraviny označené "bio" představují kvalitní potravinu</i>	8	3	32	77	49	20	16
<i>Potraviny označené "protein" zaručují kvalitní potravinu</i>	22	2	14	39	60	30	38
<i>Potraviny označené značkou kvality vnímám jako kvalitní potraviny</i>	4	12	58	74	30	20	7
<i>Potraviny prodávané v ČR jsou kvalitní</i>	5	4	28	71	54	24	19
<i>Potraviny prodávané v ČR jsou kvalitnější, než potraviny prodávané v zemích západní Evropy</i>	10	7	7	25	69	48	39

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Respondenti uvedli, že spíše souhlasí s tvrzeními, že dražší potraviny jsou kvalitnější potraviny (četnost 75), potraviny zakoupené ve specializovaných obchodech jsou kvalitnější (četnost 87), potraviny označené "bio" představují kvalitní potravinu

(četnost 77), dále také potraviny označené značkou kvality vnímám jako kvalitní potraviny (četnost 74) a potraviny prodávané v ČR jsou kvalitní (četnost 71). Tvrzeními, se kterými dotazovaní spíše nesouhlasí: potraviny označené "protein" zaručují kvalitní potravinu (četnost 60) a potraviny prodávané v ČR jsou kvalitnější, než potraviny prodávané v zemích západní Evropy (četnost 69). Z tabulky vyplývá, že pro většinu respondentů jsou potraviny prodávané v České republice kvalitní, avšak jejich kvalita není vyšší než v zemích západní Evropy. Tento názor by mohl souviset s případy prodeje potravin dvojí kvality, viz kapitola 5 Dvojí kvalita potravin

Tabulka č. 14 zobrazuje respondenty, kteří souhlasili s tvrzením, že dražší potraviny jsou kvalitnější potraviny v závislosti na hodnocení, jaký vliv má při výběru potravin cena. Dotazovaní, kteří zcela souhlasili s tvrzením, nejčastěji volili hodnocení ceny 5 = velký vliv (2 osoby) a hodnocení ceny 4 = středně velký vliv (2 osoby) a 1 respondent označil cenu hodnocením 2 = středně malý vliv. Celkem 13 respondentů uvedlo, že vliv ceny je středně malý, jednalo se o nejpočetnější zvolené hodnocení osob, které převážně souhlasí s výše daným tvrzením. Respondenti, kteří spíše souhlasí s tvrzením, jsou ovlivňováni cenou a to vlivem středně malým (18 osob) či středním (20 osob). Definované tvrzení v závislosti na hodnocení ceny obdrželo v průměru hodnocení 4,00 u osob, které s daným tvrzením zcela souhlasí. Tito respondenti jsou cenou značně ovlivněni. Při rozhodování, jakou potravinu koupí, se budou pravděpodobně rozhodovat dle výše cen u jednotlivých potravin, cenově vyšší potraviny budou považovat za kvalitnější. Respondenti, kteří s tvrzením převážně souhlasí, v průměru ohodnotili cenu hodnocením 2,76 a dotazovaní, jenž spíše souhlasí, v průměru ohodnotili cenu hodnocením 2,65. Vliv ceny na tyto dotazované je spíše střední. Souhlas dotazovaných s tvrzením, že dražší potraviny jsou kvalitnější potraviny, v závislosti na vlivu kritéria ceny byl v průměru 2,74. Celkově má pro všechny dotazované kritérium ceny malý až střední vliv.

Tab. 14: Tvrzení dražší potraviny jsou kvalitnější potraviny vs. kritérium cena

	0	1	2	3	4	5	Celkem průměr
Zcela souhlasím	0	0	1	0	2	2	4,00
Převážně souhlasím	1	7	13	11	7	6	2,76
Spíše souhlasím	4	13	18	20	10	10	2,65
Celkem průměr	5	20	32	31	19	18	2,74

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

S tvrzením, zda jsou potraviny zakoupené ve specializovaných obchodech kvalitnější, zcela souhlasilo 10 respondentů, z nichž byla více než polovina žen. V tabulce č. jsou zobrazeny jednotlivé souhlasy respondentů s tvrzením v závislosti na místě, kde nejčastěji uskutečňují nákup potravin a pohlaví. Z preferencí nákupních míst byla vybrána pouze preference specializovaných prodejen a trhů, které nejčastěji navštěvuje 14 dotazovaných. Z těchto 14 respondentů s tvrzením zcela souhlasí 3 ženy a 2 muži, převážně souhlasí 4 respondenti (1 muž a 3 ženy) a spíše souhlasí také 4 respondenti (2 muži, 1 žena a 1 osoba, která nechce své pohlaví uvádět). S tvrzením spíše nesouhlasí pouze 1 muž. Dotazovaní ne zvolili možnost, že by s tvrzením převážně či zcela nesouhlasili, nebo že by na něj neuměli odpovědět. Z tabulky jasně vyplývá, že převážně všichni z respondentů, kteří nakupují ve specializovaných prodejnách a na trzích jsou přesvědčeni o tom, že zde nakupují kvalitní potravinářské produkty.

Tab. 15: Potraviny zakoupené ve specializovaných obchodech jsou kvalitnější

	0	1	2	3	4	5	6	Celkový součet
Muž	0	2	1	2	1	0	0	6
Žena	0	3	3	1	0	0	0	7
Nechci uvádět	0	0	0	1	0	0	0	1
Celkový součet	0	5	4	4	1	0	0	14

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Potraviny označené "bio" představují kvalitní potravinu. S tímto tvrzením více než polovina dotazovaných souhlasila. Celkem 16 dotazovaných (14 mužů a 2 ženy) uvedlo, že s daným tvrzením nesouhlasí. Z těchto respondentů 14 osob nezná značku kvality BIO. Lze předpokládat, že se tito spotřebitelé při nákupu potravin příliš nezajímají například o to, za jakých podmínek byla zelenina vypěstována, nevyhledávají proto produkty ekologického zemědělství a povědomí o označení produktů BIO je tedy velmi nízké.









Možností neumím neodpovědět, bylo respondenty nejčastěji označováno tvrzení potraviny označené "protein" zaručují kvalitní potravinu. Na toto tvrzení celkem neumí odpovědět 15 mužů, 6 žen a 1 osoba, která nechce své pohlaví uvést. Četnost této odpovědi může být zapříčiněna současným trendem výrobců, kdy k mnoha svým produktům začnou vyrábět i „fit“ verzi s proteinem. Větší množství bílkovin v produktu však nemusí znamenat, že se jedná o potravinu kvalitnější či zdravější, jak často bývá propagováno. Toto posouzení záleží na mnoha dalších aspektech složení daného

potravinářského produktu i na druhu složky proteinu. Běžný spotřebitel, který není více zainteresován v oblasti výživy je poté těžko schopen určit, zda lze potravinu se zvýšeným obsahem proteinu považovat za kvalitní.

Všichni respondenti, kteří u tvrzení potraviny označené značkou kvality, vnímám, jako kvalitní, uvedli možnost 0, tedy že neumějí odpovědět (4 osoby), znají alespoň jednu značku kvality a všichni znají označení Klasa. Lze tedy předpokládat, že dotazovaní mají přehled, již se někdy s označením kvality setkali, ale nedokáží říct, zda je toto označení pro ně znakem kvalitní potraviny či ne. Celkem 7 respondentů s tímto tvrzením zcela nesouhlasí. Z těchto 7 dotazovaných jsou 2 muži, kteří žádnou ze zmíněných značek kvality neznají, tudíž od nich nelze očekávat souhlas s tímto tvrzením.

V tabulce č. 16 lze vidět zdroje, ze kterých respondenti čerpají informace o kvalitě potravin. Nejčastěji jsou informace čerpány z internetu a médií (četnost 112), poté z výsledků testů (četnost 109) a dalším zdrojem jsou známí a jejich doporučení (četnost 101). Obal (četnost 72) je dalším zdrojem zjištění informací o kvalitě potravinářských produktů, stejně tak sociální sítě (četnost 47) a tiskoviny, kterými jsou noviny, časopisy a knihy (četnost 47). Celých 23 dotazovaných odpovědělo, že si údaje o kvalitě produktu nezjišťuje, tyto respondenti informace uvedené na obalu nečtou, nebo je čtou jen zřídka. Mezi jiné zdroje respondenti uváděli vlastní zkušenosti či jeden z dotazovaných uvedl vzdělání v oboru.

Tab. 16: Z jakých zdrojů čerpáte informace o kvalitě potravin?

Sociální sítě		47
Internet, média		112
Noviny, časopisy, knihy		47
Výsledky testů (dTest, testy MF dnes, Peklo na talíři)		109
Doporučení od známých		101
Obal		72
Nikde		23
Jiné		9

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Za pozitivní lze považovat velkou četnost zjišťování informací o kvalitě potraviny prostřednictvím výsledků testů. Tyto testy přináší mnohem relevantnější informace než media a internet, kde je značný vliv reklamy a proudí zde velké množství dezinformací.

Překvapivým, ale taktéž pozitivním zjištěním je fakt, že sociální sítě nejsou jedním z hlavních zdrojů informací a to v závislosti na přibývajícím počtu laických influencerů, kteří se orientují na zdravý životní styl, doporučují a propagují potraviny, které často nesplňují požadavek na kvalitu potraviny. Respondenty nejčastěji volenou kombinací zdrojů, ze kterých čerpají informace o kvalitě potravin, byla kombinace internet, média a výsledky testů, kterou zvolilo 33 dotazovaných. Celkem 6 dotazovaných odpovědělo, že získávají informace ze všech zmíněných zdrojů. Všichni tito dotazovaní čtou informace uvedené na obalu potraviny a taktéž jim vždy či většinou rozumí.

8.5 Shrnutí výsledků výzkumu

Dotazníkového šetření se celkem zúčastnilo 205 respondentů, z nichž větší část byla mužského pohlaví (125 osob). Dotazník dále vyplnilo 75 žen a 5 osob, které své pohlaví nechtělo uvádět. Dotazovaný soubor byl věkově poměrně vyvážený, převažovala mírně mladší populace, nejvíce zastoupena byla kategorie osob středního věku od 36 do 45 let. Nejčastěji voleným nejvyšším dosaženým vzděláním respondentů bylo středoškolské vzdělání s maturitou, kterým disponovala skoro polovina (95 osob) z dotazovaných. Více jak polovina respondentů (117 osob), která se zúčastnila dotazníkového šetření, dosahuje průměrného příjmu.

Nejčastějším nákupním místem byla pro dotazované diskontní prodejna, kde nakupuje 86 respondentů a supermarket, který nejčastěji využívá k nákupu potravinářských produktů 40 dotazovaných. S nákupem potravin prostřednictvím internetového obchodu mělo zkušenost pouze 63 respondentů. Zbýlých 142 dotazovaných služeb internetového obchodu nikdy nevyužilo převážně z důvodu preference kamenného obchodu, či z důvodu nedostupné lokality pro rozvoz objednaných potravin, nedůvěry, nedostatečného sortimentu a jiných pro jednotlivé respondenty specifických důvodů. Zkušenosti dotazovaných, kteří na e-shopu s potravinami již někdy nakupovali, byly z velké části pozitivní. Respondenti kladně hodnotili jednoduchost a pohodlnost tohoto způsobu nákupu potravin, široký výběr sortimentu či finanční a časovou úsporu.

V oblasti kvality a potravinových značek kvality byli respondenti nejvíce znali označením kvality Klasa, které poznalo 165 respondentů a označením Český výrobek,

jehož znalost uvedlo 120 dotazovaných. Z počtu 205 respondentů uvedlo neznalost značek kvality pouhých 8 respondentů. Celkově měl tedy dotazovaný soubor přehled o potravinových značkách kvality. Součástí dotazníku bylo i ohodnocení velikosti vlivu daných kritérií při výběru potravin. Největší vliv při výběru potravin má dle respondentů složení, středně ovlivněni jsou cenou, značkou a značkou kvality či původem. Naopak dotazované při výběru potravin neovlivňuje reklama.

Ačkoliv je pro respondenty nejdůležitějším kritériem výběru potravin složení, údaje o složení potraviny uvedené na obalu všichni nečtou. Informace na obalu potravinářských produktů čte vždy již v obchodě při nákupu 26 dotazovaných, většinou je čte 76 osob, zřídka čtené jsou 90 respondenty a 13 respondentů je nečte. Pokud si respondent složení přečte, je důležité, zda mu rozumí. Z výsledku výzkumu vyplynulo, že více jak polovina respondentů (146) těmito informacím většinou rozumí, 16 osob jim rozumí vždy a zbylých 43 osob jim spíše nerozumí či vůbec nerozumí. Jako důvody nesrozumitelnosti uváděli respondenti nejčastěji rozsáhlé texty složení, malé písmo a nesrozumitelné zkratky. Dle odpovědí se dotazovaní s problémem nesrozumitelnosti složení nejčastěji setkávají u potravin pultového prodeje.

Tvrzení, se kterými se účastníci výzkumu nejvíce ztotožňovali, definovala kvalitní potraviny, jako potraviny zdravotně nezávadnou a potraviny se značkou kvality. V následujících tvrzeních dotazovaní určovali míru souhlasu s daným kritériem či mohli vybrat možnost, že na toto tvrzení neumí odpovědět. Celkově se žádné tvrzení nesetkalo s naprostým souhlasem, či nesouhlasem většiny. Respondenti spíše souhlasili s tím, že potraviny označené značkou kvality vnímají jako kvalitní potraviny, stejně tak i potraviny označené "bio". Dále spíše souhlasili s tvrzeními, že dražší potraviny či potraviny zakoupené ve specializovaných obchodech jsou kvalitnější potraviny nebo s tvrzením, že potraviny prodávané v ČR jsou kvalitní. Tvrzení, s nimiž dotazovaní spíše nesouhlasili, bylo tvrzení, že potraviny prodávané v ČR jsou kvalitnější, než potraviny prodávané v zemích západní Evropy, a tvrzení, že potraviny označené "protein" zaručují kvalitní potraviny. Informace o kvalitě potravin respondenti nejčastěji získávají na internetu, v médiích či z výsledků testů.

8.6 Doporučení

Dotazníkový výzkum poskytl přínosná data, s nimiž lze dále pracovat a podrobněji je analyzovat. V souhrnu lze říci, že zkoumaný soubor reprezentuje spotřebitele jako zastánce kamenného obchodu disponující určitou nevolí či nepotřebou využití služeb internetového obchodu. Tento fakt je jednoznačným ukazatelem pro obchodníky kamenných prodejen snažit se budovat stále silnější vztahy se zákazníky, zajímat a starat se o zákazníky. Prostřednictvím průzkumu spokojenosti lépe pochopit jejich potřeby a požadavky, reagovat na ně vytvořením věrnostních programů, speciálních slev či slev na míru, akčních nabídek i nabídek specifického sortimentu.

Potraviny označené značkou kvality nebo disponující označením "bio" dle výzkumu představují pro respondenty kvalitní potraviny. Potraviny nesoucí značku kvality splňují legislativní požadavky na kvalitu či požadavky na kvalitu organizace udělující označení, lze je proto opravdu považovat za kvalitní. Stejně je tomu tak i s potravinami označenými "bio", jejichž produkce musí splňovat podmínky ekologického zemědělství. Je proto důležité, aby obchodníci cílili na větší propagaci těchto značek a ty se tak dostaly více do povědomí spotřebitele, který se jimi může následně řídit při nákupu potravin.

Nejdůležitějším kritériem výběru potraviny je dle výzkumu její složení. Pro respondenty však představuje problém nesrozumitelnost složení a použití malého písma, zvláště u potravin pultového prodeje. V tomto případě jsou výrobci i obchodníci značně limitováni legislativními požadavky na obsah a formu textu složení. U pultového prodeje lze problém malého písma eliminovat zvětšením kartiček s popiskami daného potravinářského produktu tak, aby byly na kartičce uvedeny všechny povinné údaje a zároveň bylo písmo větší a tím lépe čitelné. Obchodníci by taktéž měli apelovat na své zaměstnance, aby jejich projev byl vstřícný a příjemný. Obsluhy s tímto projevem se spotřebitel nebude bát zeptat na bližší údaje k produktu, pokud by pro něj byly z nějakého důvodu nesrozumitelné.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo definování spotřebitelských preferencí při výběru a nákupu potravin, zjištění a pochopení ukazatelů, skrz které spotřebitelé vnímají kvalitu. Teoretická část práce byla zpracována na základě tištěných a elektronických zdrojů. V této části práce byla popsána problematika spotřebitele a nákupu potravin. Byl zde definován pojem kvalita, kvalita potravin a bezpečnost potravin. Práce se následně zabývala označováním a balením potravinářských produktů, legislativním rámcem kvality potravin v České republice a tématem dvojí kvality potravin. Poslední kapitola teoretické části se týkala internetových obchodů s potravinami

V praktické části práce byla popsána metoda zvoleného výzkumu. Data získaná výzkumem byla podrobně statisticky i textově zpracována. Následně bylo provedeno shrnutí zpracovaných údajů, z nichž vyplynulo, že i přes jednoduchost a pohodlnost nákupu potravin online spotřebitelé stále nejvíce preferují kamenné prodejny. V případě dotazovaného souboru to byly diskontní prodejny. Nejdůležitějším kritériem při výběru a nákupu potravin bylo pro respondenty složení, jako další cena, značka a značka kvality. Za kvalitní potraviny považují tu potraviny, která je zdravotně nezávadná a nese označení značkou kvality či označení "bio". Dotazovaní taktéž považují české potraviny za kvalitní, avšak ne tak kvalitní, jako potraviny prodávané v zemích západní Evropy. V poslední kapitole praktické práce byla navržena doporučení pro obchodníky, jak si upevnit vztah se spotřebiteli a naplnit jejich potřeby v oblasti kvality potravinářských výrobků a jejich nákupu.

Seznam použitých zdrojů

- Acomware. (2019). *Každý třetí Čech nakupuje jídlo na internetu*. Dostupné 3. 5. 2021 z <https://www.acomware.cz/spotrebitelsky-vyzkum-2019/>
- Babička, L. (2012). *Průvodce světem potravin*. (3. aktualizované vydání). Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin.
- Babička, L. (2009). *Průvodce světem potravin*. (2. aktualizované vydání). Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin.
- Bezpecnostpotravin. (2021). *Biopotraviny*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/91999.aspx>
- Businessinfo. (2018). *KLASA – značka kvality domácích potravin*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.businessinfo.cz/navody/klasa-znacka-kvality-domacich-potravin/>
- Ceskyvyrobek. (2021). *Proč vznikla ochranná známka Český výrobek?*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.ceskyvyrobek.cz/o-nas>
- COI. (2017). *Působnost úřadu*. Dostupné 28. 3. 2021 z <https://www.coi.cz/o-coi/pusobnost-uradu/>
- COI. (2017). *Spotřebitelský průvodce*. Dostupné 28. 3. 2021 z <https://www.coi.cz/pro-spotrebitele/spotrebitelsky-pruvodce/>
- CZSO. (2021). *V nakupování potravin online jsme nad průměrem EU*. Dostupné 30. 4. 2021 z <https://www.czso.cz/csu/czso/v-nakupovani-potravin-online-jsme-nad-prumerem-eu>
- EAGRI. (2021). *Loga pro ekologické zemědělství*. Dostupné 8. 4. 2021 z <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znacení/>
- Eklasa. (2021). *O značce KLASA*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.eklasa.cz/co-je-klasa>
- Foodnet. (2021). *Český výrobek garantováno PK ČR*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.foodnet.cz/index.php/cs/cesky-vyrobek-garantovano-pk-cr>

- Havel, P. (2021). *Vitalia. Stejný, nebo jiný? Jak se bude doopravdy posuzovat dvojitá kvalita potravin*. Dostupné 13. 4. 2021 z <https://www.vitalia.cz/clanky/dvoji-kvalita-potravin-jak-se-bude-posuzovat/>
- iDnes. (2020). *Na co si dávat pozor při online nákupu zboží a potravin*. Dostupné 1. 4. 2021 z <https://www.dnes.cz/clanek-8485/na-co-si-davat-pozor-pri-online-nakupoch-zbozi-a-potravin>
- iRozhlas. (2021). *Češi nebudou spotřebiteli druhé kategorie.‘ Prezident Zeman podepsal zákaz prodeje potravin dvojitá kvality*. Dostupné 9. 5. 2021 z https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/potravin-y-dvoji-kvality-novela-milos-zeman_2104201344_pj
- iTesco. (2021). *Co nabízí Tesco Zásilka?*. Dostupné 2. 4. 2021 z <https://itesco.cz/sluzby-a-znacky/nakupy/zasilka/>
- Kameník, J. a kol. (2013). *Řízení kvality potravin živočišného původu*. Brno: Veterinární a farmaceutická univerzita Brno.
- Koudelka, J. (2018). *Spotřebitelé a marketing*. Praha: C. H. Beck.
- Kříž, J. (2011). *Ochrana a podpora zdraví*. Praha: Nadace CINDI.
- Lidovky. (2021). *Počet e-shopů na českém trhu vzrostl meziročně o 6 procent na téměř 50 tisíc*. Dostupné 10. 4. 2021 z https://www.lidovky.cz/byznys/pocet-ceskych-e-shopu-vzrostl-mezirocne-o-6-procent-na-temer-50-tisic.A210106_170312_firmy-trhy_lihem
- Nakupulidusky. (2019). *Naše kamenné prodejny U Lidušky najdete v Plzni a nově i v Praze*. Dostupné 3. 5. 2021 z https://www.nakupulidusky.cz/?gclid=CjwKCAjwkN6EBhBNEiwADVfyayyVRQ2WUI88w9snNc9i9m7wp0wRTbGQBTkv8JToNX9koG3lq6w2NRoC9j4QAvD_BwE
- Nová, M. (2020). *MFDnes. TEST e-shopů potravin: Ráno objednáte, po obědě pečete. Nebo za tři dny*. Dostupné 15. 3. 2021 z https://www.idnes.cz/ekonomika/test-a-spotrebitel/test-online-nakupy-potravin-rohlik-kosik-tesco.A201207_130855_test_ven
- Odbor technické harmonizace a spotřebitelské legislativy. (2019). *MPO. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů*. Dostupné 28. 3. 2021 z <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pravni-predpisy-pro-ochranu->

spotřebitele/zakon-c--634-1992-sb---o-ochrane-spotřebitele--ve-zneni-pozdejsich-predpisu--243608/

Organikk. (2021). *Ekologické symboly*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.organikk.cz/blog/ekologicke-symboly/>

Pilík, M. (2013). *Internet and its influence on consumer buying behaviour in the Czech Republic*. Praha: Linde Praha.

Polášková, M. (2020). *Chování spotřebitele při nákupu potravin prostřednictvím elektronického obchodu* (Diplomová práce). Mendelova univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta, Česká republika.

Potravinynfo. (2021). *Narizení Evropského parlamentu a Rady (ES), kterým se stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin*. Dostupné 5. 4. 2021 z <https://www.potravinynfo.cz/33/178-2002-narizeni-evropskeho-parlamentu-a-rady-es-kterym-se-stanovi-obecne-zasady-a-pozadavky-potravinoveho-prava-zrizuje-se-evropsky-urad-pro-bezpecnost-potravin-a-stanovi-postupy-uniqueidmRRWSbk196FNf8-jVUh4EtI668NLI3LvCQDUoj8biEQMO6VlftQMFg/>

Regionalni potravina. (2021). *Značka regionální potravina oceňuje ty nejlepší výrobky z každého kraje*. Dostupné 8. 4. 2021 z <http://www.regionalnipotravina.cz/o-projektu/>

Skořepa, L. (2009). *Regionální trh potravin*. České Budějovice: Jih pro Jednotu, spotřební družstvo České Budějovice.

SOCR. (2019). *Češi stále preferují kamenné obchody*. Dostupné 9. 5. 2021 z <https://www.jsmesoucasticeska.cz/cesi-stale-preferuji-kamenne-obchody/>

Sovová, E. (2016). *iDnes. Kde rádi nakupujeme a kde ne. Češi v tom už mají jasno, říká expert*. Dostupné 10. 4. 2021 z https://www.idnes.cz/finance/prace-a-podnikani/zmeny-v-nakupnim-chovani-cechu.A161115_131308_podnikani_sov

Spitzenbergerová, I. (2013). *Epravo. Potravinové právo*. Dostupné 5. 4. 2021 z <https://www.epravo.cz/top/clanky/potravinove-pravo-92954.html>

Státní zdravotní ústav. (2021). *Obecně o potravinových obalech*. Dostupné 9. 5. 2021 <https://www.nzip.cz/clanek/836-obecne-o-potravinarskych-obalech>

- Suková, I. (2006). *Průvodce označováním potravin*. Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací, Slezská.
- SVSCR. (2021). *Potraviny s chráněným názvem*. Dostupné 5. 5. 2021 z <https://www.svscr.cz/zivocisne-produkty/potraviny-s-chranenym-oznaceni/>
- SZIF. (2013). *Klasa*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.szif.cz/cs/klasa#>
- SZIF. (2013). *Podpora kvalitních potravin*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.szif.cz/cs/kvalitni-potraviny>
- SZIF. (2013). *Regionální potravina*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.szif.cz/cs/znacka-regionalni-potravina#>
- SZPI. (2019). *Informace o projektu Potravin na pranýři*. Dostupné 15. 4. 2021 z <https://www.szpi.gov.cz/clanek/informace-o-projektu-potraviny-na-pranyri.aspx>
- SZPI. (2021). *Základní principy kontroly dvojí kvality potravin*. Dostupné 5. 5. 2021 z <https://www.szpi.gov.cz/clanek/zakladni-principy-kontroly-dvoji-kvality-potravin.aspx>
- Valenta, O., & Hladík, P. a kol. (2011). *Budoucnost kvality a bezpečnosti potravin v Česku*. Praha, Česko: Sociologické nakladatelství.
- Vápenka, L., & Dobiáš, J. (2021). *Potravinainfo. Základní aspekty balení potravin*. Dostupné 25. 4. 2021 z <https://www.potravinainfo.cz/33/zakladni-aspekty-baleni-potravin-uniqueidmRRWSbk196FNf8-jVUh4EstVtRjpnQxZlyn02yhvyzMMO6VlftQMFg/?query=OBAL%20FUNKCE&serp=1>
- Veber, J. a kol. (2002). *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. Praha: Grada.
- Veber, J. a kol. (2007). *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele. (2., aktualiz. vyd.)*. Praha: Grada.
- Velčovská, Š., & Hurmanová, M. (2005). *Marketingové pojetí značky*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava.
- Vimcojim. (2021). *O společnosti*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.vimcojim.cz/vimcojim/o-spolecnosti/>
- Vimcojim. (2021). *Kritéria pro udělení loga*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.vimcojim.cz/vimcojim/kriteria-pro-udeleni-loga/>

Vítová, B., & Černý, M. (2017). *Problematika dvojí kvality a složení výrobků prodávaných v rámci jednotného trhu Evropské unie z pohledu práva na ochranu spotřebitele (zejména nekalých obchodních praktik), práva soutěžního (zejména nekalé soutěže) a práva průmyslového vlastnictví* (Odborná studie). Univerzita Palackého v Olomouci, Právnická fakulta, Česká republika.

Vysekalová, J. (2011). *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství „černé skřínky“*. Praha: Grada.

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

Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

Zákon č. 477/2001 Sb., o obalech a o změně některých zákonů

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.

Zamazalová, M. (2009). *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada.

Zelený, M. (2006). milanzeleny.com. Kvalita není jakost. Dostupné 1. 4. 2021 z

<http://www.milanzeleny.com> › Content › Jakost

Seznam tabulek

Tab. 1: Lze u zjištěných rozdílů zohlednit jejich zdůvodnění objektivními faktory?	24
Tab. 2: Pohlaví v závislosti na věk respondentů.....	34
Tab. 3: Příjem v závislosti na vzdělání respondentů	34
Tab. 4: Preference nákupních míst respondentů s podprůměrným příjmem v závislosti na nejvyšším dosaženém vzdělání	36
Tab. 5: Využili jste někdy k nákupu potravin internetový obchod?.....	36
Tab. 6: Pozitiva a negativa nákupu potravin online.....	38
Tab. 7: Vzdělání v závislosti na příjmu respondentů znající zobrazené značky kvality	40
Tab. 8: Na číselné stupnici ohodnoťte, jak Vás ovlivňují daná kritéria při výběru potravin	41
Tab. 9: Příjem respondentů v závislosti na hodnocení kritérií	42
Tab. 10: Vzdělání respondentů v závislosti na vlivu původu.....	42
Tab. 11: Respondenti nakupující ve specializovaných prodejnách	43
Tab. 12: Co pro Vás znamená pojem kvalitní potravina?.....	46
Tab. 13: Ohodnoťte, jak se s těmito tvrzeními ztotožňujete.....	46
Tab. 14: Tvrzení dražší potraviny jsou kvalitnější potraviny vs. kritérium cena	47
Tab. 15: Potraviny zakoupené ve specializovaných obchodech jsou kvalitnější	48
Tab. 16: Z jakých zdrojů čerpáte informace o kvalitě potravin?	49

Seznam obrázků

Obr. 1: Pyramida kvality potravin.....	13
Obr. 2: Jedná se o potravinu stejné obchodní značky i názvu a totožného či zdánlivě totožného vzhledu?.....	23
Obr. 3: Jaké je Vaše pohlaví?.....	33
Obr. 4: Kde nejčastěji uskutečňujete nákup potravin?.....	35
Obr. 5: Z jakých důvodů jste k nákupu potravin nevyužili internetový obchod?.....	39
Obr. 6: Které z uvedených značek kvality znáte?.....	40
Obr. 7: Čtete informace o složení potravin, které je uvedené na obalu, přímo v obchodě při nákupu?.....	43
Obr. 8: Jsou dle Vašeho názoru informace o složení potravinářského produktu uvedené na obalu dostatečně srozumitelné?.....	44

Seznam použitých zkratk

COI: Česká obchodní inspekce	9
ČR: Česká republika	19
ČSÚ: Český statistický úřad	30
EU: Evropská unie	15
CHOP: Chráněné označení původu	25
CHZO: Chráněné zeměpisné označení	25
ISO: International Organization for Standardization	10
SZPI: Státní zemědělská a potravinářská inspekce	12
ZTS: Zaručené tradiční speciality	25

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha A: Dotazník

Dobrý den,

tímto bych Vás chtěla poprosit o vyplnění krátkého dotazníku zabývajícího se nákupem potravin v kontextu ochrany spotřebitele a spotřebitelských preferencí. Dotazník Vám zabere pouze pár minut. Získaná data budou využita pro zpracování bakalářské práce.

Předem děkuji za vyplnění.

Vendula Šedivková

Kde nejčastěji uskutečňujete nákup potravin?

- Supermarket
- Hypermarket
- Diskont (Lidl, Penny Market aj.)
- Specializované prodejny a trhy
- Internetový obchod
- Jiný typ prodejen

Využili jste někdy k nákupu potravin internetový obchod?

- Ano
- Ne


Pokud ano, jaké jsou Vaše zkušenosti (pozitivní X negativní)? Stručně popište.

Pokud ne, z jakých důvodů jste k nákupu potravin nevyužili internetový obchod? (lze zvolit více možností)


- Nedostupná lokalita pro rozvoz
- Nedostatečný sortiment
- Nepříznivé ceny
- Nedůvěra
- Preference kamenného obchodu
- Jiná

Které z uvedených značek kvality znáte? (lze zvolit více možností)


Klasa





Vím, co jím



Regionální potravina



BIO

Neznám žádnou ze značek

Na číselné stupnici ohodnoťte, jak Vás ovlivňují daná kritéria při výběru potravin (1= malý vliv, 5 = velký vliv, 0 = nemá vliv)

	0	1	2	3	4	5
Cena						
Složení						
Značka						
Reklama						
Značka kvality						
Původ						

Čtete informace o složení potravin, které je uvedené na obalu, přímo v obchodě při nákupu?

- Ano, vždy
- Většinou ano
- Zřídka
- Nikdy

Jsou dle Vašeho názoru informace o složení potravinářského produktu uvedené na obalu dostatečně srozumitelné?

- Ano, vždy
- Většinou ano
- Spíše ne
- Ne

Pokud ne, u kterých typů potravin jsou podle Vás informace o složení nesrozumitelné či nedostatečné?

Co pro Vás znamená pojem kvalitní potravina? (lze zvolit více možností)

- Potravina zdravotně nezávadná
- Potravina průmyslově nezpracovaná
- Potravina od známého výrobce
- Potravina se značkou kvality
- Potravina se značkou bio
- Jiná.....

Ohodnoťte, jak se s těmito tvrzeními ztotožňujete.

	Neumím odpovědět	Zcela souhlasím	Převážně souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Převážně nesouhlasím	Zcela nesouhlasím
Potraviny zakoupené ve specializovaných obchodech jsou kvalitnější							
Potraviny označené "bio" představují kvalitní potravinu							
Potraviny označené "protein" zaručují kvalitní potravinu							
Potraviny označené značkou kvality vnímám jako kvalitní							

potraviny							
Potraviny prodáváné v ČR jsou kvalitní							
Potraviny prodáváné v ČR jsou kvalitnější, než potraviny prodáváné v zemích západní Evropy							

- Z jakých zdrojů čerpáte informace o kvalitě potravin? (lze zvolit více možností)
- Sociální sítě
- Internet, média
- Noviny, časopisy, knihy
- Výsledky testů (dTest, testy MF dnes, Peklo na talíři)
- Doporučení od známých
- Obal
- Nikde
- Jiná

Abstrakt

Šedivková, V. (2021). *Nákup potravin v kontextu ochrany spotřebitele a spotřebitelských preferencí* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

Klíčová slova: spotřebitel, nákup potravin, kvalita, kvalita potravin, bezpečnost potravin

Bakalářská práce se zabývá nákupem potravin v kontextu ochrany spotřebitele a spotřebitelských preferencí. Cílem práce je zjištění spotřebitelských preferencí při nákupu potravin a pochopení, jak spotřebitel vnímá kvalitu potravin. Práce se skládá ze dvou částí, teoretické a praktické části. V teoretické části jsou definovány pojmy spotřebitel, kvalita, kvalita potravin a bezpečnost. Dále se teoretická část zabývá problematikou nákupu potravin, jejich označováním a balením, definuje legislativu v oblasti kvality potravin, dvojí kvalitu potravin, značky kvality či prodej potravin online. V praktické části jsou podrobně popsány a shrnuty výsledky kvantitativního výzkumu prováděného prostřednictvím dotazníkového šetření. V závěru práce jsou uvedeny návrhy a doporučení.

Abstract

Šedivková, V. (2021). *Purchase of food in the context of consumer protection and preferences* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

Key words: consumer, food purchase, quality, food quality, food safety

Bachelor Thesis deals with food purchases in the context of consumer protection and consumer preferences. The aim of the thesis is to identify consumer preferences when buying food and to understand how the consumer perceives the quality of food. The thesis consists of two parts, the theoretical and practical part. The theoretical part defines the terms consumer, quality, food quality and safety. Furthermore, the theoretical part deals with the issue of food purchase, labelling and packaging, defines legislation in the field of food quality, dual quality of food, quality label or online sale of food. The practical part describes in detail and summarises the results of quantitative research carried out through the questionnaire. At the end of the thesis, proposals and recommendations are presented.