

Ochrana spotřebitele v potravinářském resortu

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:

JUDr. Dana Zapletalová, Ph. D.

Vypracovala:

Aneta Bárová

Brno 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: Ochrana spotřebitele v potravinářském resortu vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 18. května 2015

Děkuji vedoucí bakalářské práce JUDr. Daně Zapletalové, Ph. D. za odborné vedení, cenné rady a připomínky, kterými byla nápomocna při vypracování této bakalářské práce.

Abstrakt

Bakalářská práce ochrana spotřebitele v potravinářském resortu se zabývá tématem, které je aktuální v kterékoliv době a na kterémkoliv místě světa. Kromě úvodu a závěru je členěna na pět kapitol. Druhá kapitola vymezuje cíle bakalářské práce. Třetí kapitola se zabývá materiálem a metodikou zpracování. Čtvrtá kapitola představuje teoretickou část a jsou v ní vyloženy základy práva na ochranu spotřebitele a potravinového práva. Jsou v ní taktéž zmíněny instituce a občanské organizace zaměřené na ochranu spotřebitele. Pátá kapitola přináší výsledky průzkumného šetření k problematice ochrany spotřebitele v potravinářském resortu. V šesté kapitole jsou diskutovány výsledky průzkumného šetření.

Klíčová slova

Ochrana spotřebitele, potravin, potravinové právo, práva a povinnosti spotřebitele

Abstract

The bachelor thesis of consumer protection in the food resort focuses with a subject, that is actual at anytime and anywhere in the world. Besides the introduction and conclusion is divided into five chapters. The second chapter defines the objectives of the thesis. The third chapter deals with material and processing methodology. The fourth chapter presents a theoretical part and it laid out the basics of consumer protection and food law. There is also mentioned institutions and civil organizations aimed at consumer protection. The fifth chapter presents the results of an exploratory survey on consumer protection issue in the food resort. The sixth chapter discusses the results of the exploratory investigation.

Keywords

Consumer protection, food, food law, the rights and obligations of consumers

Obsah

1	Úvod	11
2	Cíle bakalářské práce	12
2.1	Cíle teoretické části práce	12
2.2	Cíle praktické části práce	12
3	Materiál a metodika zpracování	13
3.1	Materiál a metodika zpracování teoretické části práce.....	13
3.2	Materiál a metodika zpracování praktické části práce.....	13
4	Teoretická část	15
4.1	Základní pojmy v oblasti ochrany spotřebitele	15
4.2	Legislativa v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu.....	23
4.2.1	Unijní legislativa v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu	24
4.2.2	Potravinové právo v České republice.....	27
4.3	Základní pojmy potravinového práva	29
4.3.1	Pojem „potravina“	29
4.3.2	Pojem „suroviny“	30
4.3.3	Pojem „výroba potravin“	31
4.4	Požadavky na označování potravin.....	32
4.4.1	Pojem „označování potravin“	33
4.4.2	Dělení potravin dle způsobu balení	33
4.4.3	Požadavky na označování balených potravin	34
4.4.4	Výjimky	39
4.4.5	Způsob uvádění povinných údajů.....	40
4.4.6	Povinné údaje pro zabalené a nebalené potraviny	41
4.5	Práva a povinnosti spotřebitele.....	42

4.5.1	Práva spotřebitele.....	42
4.5.2	Povinnosti spotřebitele.....	44
4.6	Instituce a občanské organizace zaměřené na ochranu spotřebitele	44
4.6.1	Ministerstvo průmyslu a obchodu.....	45
4.6.2	Státní dozorové organizace	46
4.6.3	Občanské spotřebitelské organizace	48
5	Praktická část a výsledky práce	51
5.1	Cíl průzkumného šetření a hypotézy	51
5.2	Charakteristika použitých metod.....	52
5.3	Výběrový soubor respondentů	53
5.3.1	Spotřebitelé	53
5.3.2	Výrobci a distributoři potravin.....	56
5.4	Výsledky průzkumného šetření.....	58
5.4.1	Spotřebitelé	59
5.4.2	Výrobci a distributoři	71
5.5	Vyhodnocení hypotéz	82
6	Diskuze	85
7	Závěr	89
8	Seznam použité literatury	91
A	Dotazník spotřebitele	97
B	Dotazník pro výrobce a distributory	99

Seznam obrázků

Obr. 1	Složení výběrového souboru spotřebitelů dle věkových kategorií	54
Obr. 2	Složení výběrového souboru spotřebitelů podle kritéria bydliště	55
Obr. 3	Složení výběrového souboru spotřebitelů podle kritéria nejvyššího dosaženého vzdělání	56
Obr. 4	Složení výběrového souboru výrobců a distributorů podle kritéria postavení v distribučním řetězci	57
Obr. 5	Složení výběrového souboru výrobců a distributorů podle kritéria postavení v distribučním řetězci	58
Obr. 6	Kontrola informací o potravinách spotřebiteli	59
Obr. 7	Vliv absence zákonných údajů na koupi výrobku	61
Obr. 8	Zájem spotřebitelů o obsah alergenů v potravinách	62
Obr. 9	Vliv výskytu neobvyklých alergenů na koupi potravin	63
Obr. 10	Povědomí o vyobrazení doporučeného servírování na obalu pokrmu	64
Obr. 11	Čas průměrně věnovaný při nákupu studiu informací o potravinách	65
Obr. 12	Význam místa produkce potravin pro respondenty při jejich koupi	66
Obr. 13	Vliv nedůvěryhodnosti uvedených informací na koupi nebalených potravin	67
Obr. 14	Znalost práv spotřebitele (počty správných odpovědí)	69

Obr. 15	Znalost povinností spotřebitele (počty správných odpovědí)	70
Obr. 16	Znalost institucí na ochranu spotřebitele (počty správných odpovědí)	71
Obr. 17	Vedení řízení s firmou pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele	72
Obr. 18	Důvody vedeného řízení	73
Obr. 19	Stížnosti zákazníků a obchodních partnerů	74
Obr. 20	Důvody stížností zákazníků a odběratelů	75
Obr. 21	Pojištění pro případ způsobení škody	77
Obr. 22	Osoba pověřená sledováním dodržování předpisů na ochranu spotřebitele	78
Obr. 23	Spolupráce s institucemi na ochranu spotřebitele	79
Obr. 24	Snaha dostat povinnostem v oblasti tzv. potravinového práva	80
Obr. 25	Názory na přísnost předpisů v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele	81

1 Úvod

Problematika ochrany spotřebitele v potravinářském resortu, která je řešena v této bakalářské práci, se dotýká bezprostředně každého z nás. Jednou ze základních fyziologických potřeb totiž je potřeba přijímání potravy. Vzhledem k tomu, že v porovnání s minulostí není v produkci potravin dnes téměř nikdo soběstačný, nezbyvá, než aby si potraviny nezbytné k obživě zakoupil ve spotřebitelské síti. Jako spotřebitel však nemá vůči výrobcům a distributorům rovnocenné postavení, přičemž je oproti nim v pozici slabšího. Proto je nezbytné, aby pro řádné fungování tržního prostředí byla zajištěna jeho ochrana. Za tím účelem byla vytvořena a vyvíjí se celá řada mechanismů, které mají zajistit, že zakoupené potraviny jsou kvalitní a že nebude uváděn v omyl, pokud se týká např. množství, vlastností nebo druhu potravin.

Význam řešené problematiky je vedle již uvedeného dán rovněž faktem, že potravinářská výroba náleží u nás k jedním z nejvýznamnějších odvětví zpracovatelského průmyslu. Tato výroba zajišťuje na jedné straně výživu obyvatelstva potravinami zdravotně nezávadnými, bezpečnými a kvalitními, na straně druhé se podílí na uvádění potravinářských výrobků na trh i na jejich distribuci spotřebitelům. Lze předpokládat, že je snahou výrobců i distributorů eliminovat výskyt zdravotně závadných výrobků v obchodní síti. Zkušeností spotřebitelů však poukazují na to, že se toto nedaří vždy plně realizovat, proto je zapotřebí kontrolní činnost ze strany pověřených státních orgánů a institucí. Svoji roli v tomto procesu sehrávají i samotní zákazníci, a to prostřednictvím občanských spotřebitelských organizací.

Problematika ochrany spotřebitele v potravinářském resortu je velmi široká a lze se jí zmocnit různými způsoby. V této práci jsou nejprve vymezeny základní pojmy v oblasti ochrany spotřebitele. Následně je rozebrána legislativa v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu, a to jak legislativa unijní, tak i legislativa vnitrostátní. Specifikovány jsou rovněž základní pojmy v oblasti tzv. potravinového práva. Pozornost je zaměřena taktéž na označování potravin (balených, zabalených i nebalených). Objasněny jsou i základní práva a povinnosti spotřebitele, jakož i role a činnost institucí a občanských organizací zaměřených na ochranu spotřebitele. V praktické části jsou prezentovány výsledky průzkumného šetření k názorům spotřebitelů a zástupců podnikatelských subjektů působících v potravinářském resortu k řešené problematice. V návaznosti na výsledky tohoto šetření jsou pak formulována některá doporučení pro zlepšení současného stavu.

2 Cíle bakalářské práce

Problematika ochrany spotřebitele v potravinářském resortu je přes své omezení právě na tento resort velmi široká a předpokládaný rozsah této práce ani v nejmenším nedovoluje ji postihnout ve všech jejích aspektech. Vzhledem k této skutečnosti taky byly vybrány takové aspekty, které jsou z hlediska ochrany spotřebitele nejvýznamnější. Tento výběr se pak následně promítl do formulace cílů v teoretické i praktické části práce.

2.1 Cíle teoretické části práce

V teoretické části práce, která má především charakter rešerše relevantní dostupné literatury, bylo cílem následující:

- vymezit základní pojmy v oblasti ochrany spotřebitele;
- rozebrat legislativu v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu;
- specifikovat základní pojmy potravinového práva;
- vysvětlit požadavky na označování potravin;
- objasnit práva a povinnosti spotřebitele;
- uvést a charakterizovat instituce a organizace zabývající se ochranou spotřebitele v potravinářském resortu.

2.2 Cíle praktické části práce

Cíle praktické části práce vycházejí z faktu, že se má jednat o prezentaci provedeného průzkumu, jehož předmětem je spotřebitelské chování zákazníků v potravinářském resortu. Jedná se o průzkum kvantitativní, přičemž za průzkumný nástroj byl zvolen dotazník. Cílem této části bude:

- zjistit vybrané sociodemografické charakteristiky respondentů;
- zjistit vybrané charakteristiky jejich spotřebitelského chování v potravinářském resortu;
- identifikovat, které sociodemografické charakteristiky mají největší vliv na spotřebitelské chování v potravinářském resortu;
- zjistit, jak se staví k dodržování předpisů na ochranu spotřebitele podnikatelské subjekty v potravinářském resortu.

3 Materiál a metodika zpracování

Materiál a metodika zpracování je odlišná jak pro teoretickou část, tak i pro praktickou část bakalářské práce. V této kapitole budou tyto materiály i metodika charakterizovány.

3.1 Materiál a metodika zpracování teoretické části práce

Materiálem pro zpracování teoretické části jsou odborné publikace v oblasti potravinového práva a v oblasti ochrany spotřebitele, popřípadě některých souvisejících oblastí práva, dále odborné stati z těchto oborů, příslušná unijní i národní legislativa a další normy. Opomenout nelze ani internetové zdroje, které jsou představovány např. webovými stránkami institucí a dalších subjektů, o kterých pojednává tato práce, jakož i webovými stránkami s aktualizovanými zněními jednotlivých předpisů unijní legislativy.

Teoretická část je zpracována na základě analýzy, syntézy a komparace teoretických poznatků z odborných zdrojů. Zatímco analýza je tzv. dekompoziční metodou, kdy se celek rozebírá na jednotlivé své části a tím dochází k jeho poznání, potom syntéza reprezentuje přesně opačný postup, při němž je určitá realita zkoumána skrze skládání dílčích poznatků o jejích částech dohromady. Podstatou komparace je srovnávání dvou a více srovnávatelných jevů, přičemž tímto postupem získáváme poznatky o těchto jevech.

3.2 Materiál a metodika zpracování praktické části práce

Průzkumné šetření prováděné prostřednictvím dotazníku byl prováděn s respondenty z řad spotřebitelů reprezentující populaci jako celek, přičemž bylo cílem, aby ve výběrovém souboru byli zastoupeni pokud možno jedinci různých sociodemografických charakteristik, které budou pro empirickou část práce relevantní. Dále bylo průzkumné šetření za využití dotazníku prováděno mezi respondenty, kteří reprezentovali podnikatelské subjekty v potravinářském resortu.

Metoda dotazníku přitom spočívá v písemném dotazování respondentů, kdy jsou jim pokládány předem stanovené otázky, na něž odpovídají v závislosti na jejich charakteru. Tyto otázky mohou být buď uzavřené (lze na ně odpovídat prostřednictvím nabízených odpovědí), otevřené (respondenti na ně odpovídají volně

dle svého uvážení) a polouzavřené (zde mohou respondenti odpovídat jak prostřednictvím nabízených odpovědí, tak i volně).

Data získaná prostřednictvím dotazníku byla poté zpracovávána za využití běžných statistických metod, především pak prostřednictvím výpočtu procentuálních četností jednotlivých odpovědí.

4 Teoretická část

V této části práce jsou nejprve definovány základní pojmy v oblasti ochrany spotřebitele, následně je rozebrána legislativa v oblasti ochrany spotřebitele v České republice, dále jsou vymezeny základní pojmy potravinového práva, přiblíženy požadavky na označování potravin, probrány práva a povinnosti spotřebitele a nakonec charakterizovány stěžejní instituce a občanské organizace zaměřené na ochranu spotřebitele u nás.

4.1 Základní pojmy v oblasti ochrany spotřebitele

V této části práce budou objasněny základní pojmy, které se dotýkají problematiky ochrany spotřebitele. K těmto pojmům patří termíny spotřebitel, výrobce, dodavatel, dovozce, prodávající, výrobek, vadný výrobek, výrobek nebezpečný svou zaměnitelností s potravinou, služba, obal, hmotnost, míra, množství, jakost, cena, podnikání, informační povinnost, diskriminace spotřebitele, klamání spotřebitele a reklamace. Převážná část těchto pojmů je vymezena v návaznosti na příslušná ustanovení zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“).

Spotřebitel. Zákonnou definici pojmu „spotřebitel“ lze nalézt v ustanovení § 2 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele, kde je uvedeno, že pro účely tohoto zákona se spotřebitelem rozumí „... fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání...“. Jinak vyjádřeno, je spotřebitelem fyzická osoba, jež nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem, než je podnikání s těmito výrobky či službami. Obdobným způsobem je pojem spotřebitele vymezen v ustanovení § 419 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“). Ve zmíněném ustanovení je totiž pojem „spotřebitel“ definován jako „... každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná.“

Klabusayová v této souvislosti uvádí, že spotřebitel je účasten finální spotřeby zboží nebo služeb. Spotřebitele je možno taktéž charakterizovat jako účastníka trhu i jakožto subjekt právního vztahu, jenž je založen na základě uzavření smlouvy mezi ním a poskytovatelem služby. Jak je zřejmé z dikce citovaného ustanovení, důležitým pojmovým znakem spotřebitele je, že nevyužívá služby k podnikatelské

činnosti.¹ Odlišení profesionálního a neprofesionálního jednání však může v aplikační praxi činit obtíže.

V ustanovení § 2 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele, ve znění účinném do 31. července 2010 byl pojem spotřebitele vymezen obšírněji. Vztahoval se nikoliv jen na fyzické osoby, ale i na osoby právnické, a to za předpokladu, že nakupovala výrobky nebo užívala služby za jiným účelem, než je podnikání s těmito výrobky či službami. Tento stav byl změněn novelou zákona o ochraně spotřebitele, která byla provedena s účinností od 1. srpna 2010 zákonem č. 155/2010 Sb., kterým se mění některé zákony ke zkvalitnění jejich aplikace a ke snížení administrativní zátěže podnikatelů. Jak je zřejmé z důvodové zprávy k této novele, důvodem tohoto kroku byla harmonizace našeho práva se současným evropským spotřebitelským právem. Jeden z argumentů byl následující: „Tento nový přístup odpovídá primárnímu účelu spotřebitelského práva, kterým je ochrana slabší strany spotřebitelské smlouvy. Za slabší stranu nelze považovat právnickou osobu, neboť u ní lze očekávat v jednáních vyšší míru profesionality než je tomu u spotřebitele v užším slova smyslu.“²

Z uvedené citace je zřejmé, že v současnosti právní teorie i praxe považuje spotřebitele za slabší smluvní stranu. Proti němu na druhé straně stojí „profesionál“, jenž je ponejvíce charakterizován jakožto subjekt, který jedná v rámci vlastní obchodní, eventuálně jiné podnikatelské činnosti. Vzhledem k uvedeným skutečnostem je v současné době obecně akceptován a uplatňován názor, že spotřebitel má v právních vztazích požívat jistou míru ochrany.³

Výrobce. Pojem „výrobce“ je vymezen v ustanovení § 2 odst. 1 písm. c) zákona o ochraně spotřebitele. V něm se uvádí, že výrobcem je podnikatel, jenž zhotovil výrobek anebo jeho součást nebo poskytl služby, který vytěžil prvotní surovinu nebo ji dále zpracoval, anebo který se za výrobce označil. Pojem „podnikatel“ je přitom vymezen v ustanovení § 420 občanského zákoníku. Odstavec 1 tohoto ustanovení uvádí: „Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za

¹ KLABUSAYOVÁ, Naděžda. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Frenštát pod Radhoštěm: Veronika, 2001.

² Důvodová zpráva k zákonu č. 155/2010 Sb., změna některých zákonů ke zkvalitnění jejich aplikace a ke snížení administrativní zátěže podnikatelů.

³ HRDLIČKA, Miloslav. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele při uzavírání distančních smluv*. In: *Dny práva – 2010 – Days of Law*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010. CD-ROM, s. 905.

podnikatele.“ V odst. 2 téhož ustanovení je toto vymezení podnikatele doplněno o další subjekty, a to mimo jiné pro účely ochrany spotřebitele. Takto je za podnikatele považována rovněž jakákoliv osoba, jež uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, eventuálně i osoba, která jménem podnikatele nebo na jeho účet jedná.

Jako příklad označení se za výrobce mohou posloužit privátní firemní značky (tzv. brands). V jejich případě je např. obchodními řetězci prodáváno zboží či služby pod jejich značkou, přičemž i na výrobku samotném je takový subjekt uveden coby výrobce. Takové označení se za výrobce může být v praxi spojeno s určitými problémy. Poměrně velká část zákazníků chce totiž při výběru zboží vědět, kdo je skutečně vyrobil. Taková informace je pro spotřebitele jednou ze stěžejních např. u potravin. Ačkoliv tedy prodejce v tomto případě přebírá za výrobce odpovědnost, nemožnost identifikovat skutečného výrobce může řadu zákazníků odradit od koupě zboží privátní značky.⁴

Dodavatel. Za dodavatele je ve smyslu ustanovení § 2 odst. 1 písm. e) zákona o ochraně spotřebitele považován kterýkoliv další podnikatel, jenž přímo či prostřednictvím jiných podnikatelů dodal prodávajícímu výrobky. Dodavatelem nemusí být přímo výrobce daného zboží. Dodavatelem bývají typicky velkoobchody. Se stoupajícím množstvím mezičlánků mezi výrobcem a prodávajícím se prodávajícímu daný produkt (zboží či služba).⁵

Dovozce. Pojem „dovozce“ je vymezen v ustanovení § 2 odst. 1 písm. d) zákona o ochraně spotřebitele jako podnikatel, jenž uvede na trh výrobek z jiného než členského státu Evropské unie. Zatímco v minulosti platilo, že za dovoz je považováno uvedení na trh výrobku z jakékoliv jiné země, po vstupu naší země do Evropské unie⁶ se považuje za dovoz pouze uvedení na trh výrobku z jiného než členského státu Evropské unie. Tato změna v pojetí dovozce souvisí s existencí jednotného vnitřního unijního trhu, který umožňuje volný pohyb zboží v rámci Evropské unie.⁷

⁴ ZEMAN, Jiří. *Oborová příručka pro činnost: Ochrana spotřebitele: legislativa, ochrana práv spotřebitele, ochrana zájmů spotřebitele, zajištění bezpečnosti pro spotřebitele*. Praha: Hospodářská komora České republiky, Odbor Informačních míst pro podnikatele, říjen 2006, s. 10.

⁵ Tamtéž.

⁶ Česká republika vstoupila do Evropské unie ke dni 1. května 2004.

⁷ Volný pohyb zboží, který vychází z čl. 26 a 28 až 37 Smlouvy o fungování Evropské unie je jednou ze čtyř základních svobod vnitřního trhu. Je zajištěn odstraněním cel a množstevních omezení a zákazem opatření, které mají identický účinek jako cla či množstevní omezení. Viz text Smlouvy o fungování Evropské unie (<http://eur-lex.europa.eu/legal->

V praxi však doposud přežívá dřívější pojetí dovozce a nějakou dobu potrvá, než se prosadí pojetí nové, v němž se za dovoz považuje umístění na trh výrobku, jenž byl vyroben mimo území Evropské unie, a nikoliv např. obchodování s víny z Francie.

Prodávající. V souladu s ustanovením § 2 odst. 1 písm. b) zákona o ochraně spotřebitele je za prodávajícího považován podnikatel, který spotřebiteli prodává výrobky či mu poskytuje služby. Za prodávajícího je dále pro účely zákona o ochraně spotřebitele považována podle ustanovení § 2 odst. 2 zákona o ochraně spotřebitele i fyzická osoba, která prodává spotřebiteli rostlinné a živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské nebo chovatelské činnosti anebo lesní plodiny. Tento doplněk vymezení prodávajícího je z hlediska problematiky řešené v této práci relevantní, poněvadž se jedná o prodávající z potravinářského rezortu.

Výrobek. Pojem „výrobek“ je specifikován v ustanovení § 2 odst. 1 písm. f) zákona o ochraně spotřebitele. Podle něj se jedná o věc nebo jiné hodnoty, jež jsou určeny k nabídce spotřebiteli, a které mohou být předmětem právního vztahu.

Vadný výrobek. Za vadný je označován výrobek, který z hlediska bezpečnosti nezaručuje vlastnosti, které se u takového výrobku předpokládají. Uvedené se týká především informací poskytnutých o výrobku ze strany jeho výrobce, dále předpokládaného účelu, k němuž má daný výrobek sloužit nebo doby uvedení výrobku na trh.⁸

Výrobek nebezpečný svou zaměnitelností s potravinou. Za výrobek nebezpečný svou zaměnitelností s potravinou je ve shodě s ustanovením § 2 odst. 1 písm. h) zákona o ochraně spotřebitele považován takový výrobek, jenž sice není potravinou, avšak s ohledem na některé své vlastnosti (tvar, vůni, barvu, vzhled, obal, označení, objem nebo rozměry) může zapříčinit, že spotřebitelé, především pak děti, jej mohou zaměnit s potravinou a v důsledku toho s ním mohou jako s potravinou nakládat (tj. mohou si jej mohou dávat do úst, cucat nebo polykat), což může být nebezpečné důsledky pro lidské zdraví. V uvedeném ustanovení je

content/CS/TXT/?uri=CELEX:12012E/TXT) a *Fakta a čísla o Evropské unii: Volný pohyb zboží* [online]. 2014. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/cs/displayFtu.html?ftuld=FTU_3.1.2.html>.

⁸ KLABUSAYOVÁ, Naděžda. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Frenštát pod Radhoštěm: Veronika, 2001.

uveden demonstrativní výčet takových nebezpečných důsledků (viz dikce „zejména“), jimiž mohou být dušení, otrava nebo perforace či zablokování zažívacího ústrojí.

Služba. Pojem „služba“ je vymezen v ustanovení § 2 odst. 1 písm. g) zákona o ochraně spotřebitele. Zde je uvedeno, že službou se rozumí jakákoliv podnikatelská činnost, jež je určena k nabídce spotřebiteli, s výjimkou činností upravených zvláštními zákony, kde se dozor nad ochranou spotřebitele svěřuje profesním sdružením nebo jiným orgánům státní správy než uvedeným v ustanovení § 23 zákona o ochraně spotřebitele. K takovým zvláštním zákonům náleží především zákon ČNR č. 128/1990 Sb., o advokacii, ve znění pozdějších předpisů, dále zákon ČNR č. 209/1990 Sb., o komerčních právnících a právní pomoci jimi poskytované, ve znění pozdějších předpisů, zákon ČNR č. 523/1992 Sb., o daňovém poradenství a Komoře daňových poradců České republiky, ve znění pozdějších předpisů nebo zákon č. 273/1993 Sb., o některých podmínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl, o změně a doplnění některých zákonů a některých dalších předpisů, ve znění pozdějších předpisů.

Ustanovení § 23 zákona o ochraně spotřebitele upravuje dozor nad ochranou spotřebitele. V souladu s ním tento dozor vykonávají za zákonem stanovených podmínek Česká obchodní inspekce, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, krajské hygienické stanice, Státní veterinární správa, krajské veterinární správy a Městská veterinární správa v Praze, obecní živnostenské úřady, inspektor České obchodní inspekce nebo Státní zemědělské a potravinářské inspekce, Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva, Česká národní banka, Státní ústav pro kontrolu léčiv, Energetický regulační úřad a Český telekomunikační úřad.

Služby jsou obvykle děleny následovně:⁹

- Služby věcné – jsou spjaty s konkrétními movitými či nemovitými věcmi. K takovým službám náleží opravy, doprava, údržba apod.
- Služby osobní – mají bezprostřední souvislost s člověkem. Typicky se jedná o restaurační služby, pedikúru, kadeřnictví atp.

Obal. Účelem obalu je v první řadě chránit výrobek proti poškození zevnějšku. U některých výrobků může obal sloužit k ochraně okolí před poškozením, které by mohlo být způsobeno chráněným výrobkem (mechanickým, chemickým aj.). Obal

⁹ KLABUSAYOVÁ, Naděžda. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Frenštát pod Radhoštěm: Veronika, 2001.

je obvykle samostatnou věcí, avšak může tvořit příslušenství věci hlavní (čili výrobku), popřípadě může být i součástí věci (výrobku).¹⁰

Hmotnost, míra, množství. Z ustanovení § 3 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele vyplývá povinnost prodávajícího prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře či množství, jakož i umožnit spotřebiteli, aby si překontroloval správnost těchto údajů. Za požadované množství se považuje zvláště množství deklarované prodávajícím na obalu, v reklamě nebo v podávané ústní informaci (u zboží jednotně baleného), eventuálně i množství výslovně požadovaného kupujícím (v případě zboží prodávaného na váhu či na kusy).¹¹ Aby si mohl kupující překontrolovat, zda je tato povinnost prodávajícího splněna, musí být na všech prodejních místech (včetně míst stánkového prodeje) k dispozici příslušné kontrolní zařízení (např. váhy, kontrolní metr apod.).¹² Jestliže prodávající poškozuje kupujícího na množství či hmotnosti, pak je možno takové jednání kvalifikovat jakožto přešůpek na úseku podnikání ve smyslu ustanovení § 24 odst. 1 písm. a) zákona ČNR č. 200/1990 Sb., o přešůpcích, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o přešůpcích“). Jestliže je tímto jednáním úmyslně způsobena škoda minimálně nikoli nepatrná¹³, pak se může jednat i o trestný čin poškozování spotřebitele ve smyslu ustanovení § 253 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „trestní zákoník“).

Jakost. Ustanovení § 3 odst. 1 písm. b) zákona o ochraně spotřebitele stanovuje prodávajícím povinnost prodávat výrobky a poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, je-li závazně stanovena, nebo jestliže to vyplývá ze zvláštních předpisů anebo v jakosti jím uváděné. Pojem „jakost“ je přitom možno vymezit jako souhrn vlastností, které určují kvalitu výrobku směrodatnou pro jeho způsobilost k použití. Je-li jakost předepsána či schválena, pak je prodávající povinen dodržovat alespoň takto stanovenou úroveň jakosti. V opačném případě musí prodávající dodržet jakost jím deklarovanou. V případě, že prodávající udávána vyšší jakost, než je jakost předepsaná či schválená, pak musí dodržovat tuto vyšší jakost. V případě, že jakost není předepsána, schválena nebo uváděna, pak je povinností prodávajícího prodávat výrobky a poskytovat služby v jakosti obvyklé. Za obvyklou

¹⁰ KLABUSAYOVÁ, Naděžda. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Frenštát pod Radhoštěm: Veronika, 2001.

¹¹ Tamtéž.

¹² NESNÍDAL, Jiří. Výklad k Zákonu o ochraně spotřebitele. *Ekonom*, č. 27/1995.

¹³ Škodou nikoli nepatrnou se v souladu s výkladovým ustanovením § 138 odst. 1 trestního zákoníku, jímž jsou určeny hranice výše škody, rozumí škoda v minimální výši 5.000,- Kč.

jakost je považována průměrná střední jakost. Jestliže se jedná o výrobek, tak tento by měl být běžně použitelný k obvyklému účelu.¹⁴ V případě, že prodávající poškozuje kupujícího na kvalitě, může tímto svým jednáním naplnit skutkovou podstatu přestupku na úseku podnikání podle ustanovení § 24 odst. 1 písm. a) zákona o přestupcích, popřípadě trestného činu poškozování spotřebitele ve smyslu ustanovení § 253 trestního zákoníku.

Cena. Pod pojmem „cena“ se rozumí peněžní částka, která byla při nákupu a prodeji výrobků a při poskytování služeb sjednána coby protihodnota za poskytované plnění. Dohoda o ceně představuje podstatnou náležitost převážné části smluv, jež jsou uzavírány v souvislosti s poskytováním služeb.¹⁵ V ustanovení § 3 odst. 1 písm. c) zákona o ochraně spotřebitele je prodejcem stanovena povinnost prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a ceny při prodeji výrobků nebo poskytování služeb správně účtovat. V souvislosti s touto povinností zmíněné ustanovení zároveň zakotvuje, že při konečném účtování prodávaných výrobků a poskytovaných služeb v hotovosti se celková částka zaokrouhluje vždy k nejbližší platné nominální hodnotě zákonných peněz v oběhu. Cenovým předpisem se zde rozumí zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů. Nejbližší platná nominální hodnota zákonných peněz v oběhu se stanovuje v návaznosti na zákon č. 6/1993 Sb., o České národní bance, ve znění pozdějších předpisů.

Podnikání. Za podnikání je v souladu s již zmiňovaným ustanovením § 420 odst. 1 občanského zákoníku považována samostatná výdělečná činnost, která je vykonávána na vlastní účet a odpovědnost živnostenským či obdobným způsobem, a sice se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku. Podle Výkladového stanoviska č. 22 Expertní skupiny Komise pro aplikaci nové civilní legislativy při Ministerstvu spravedlnosti ze dne 9. 4. 2014 není v občanském zákoníku oproti předchozí právní úpravě podnikání vázáno na dovolenost, tj. na to, že ten, kdo podniká, má k podnikání příslušné podnikatelské oprávnění, jestliže je vyžadováno. Každý, kdo tedy podniká ve smyslu ustanovení § 420 odst. 1 občanského zákoníku, je proto považován za podnikatele, aniž by bylo podstatné, zda potřebné podnikatelské oprávnění má či zda k dané činnosti žádné podnikatelské oprávnění potřeba není. Výjimkou z tohoto tvrzení jsou pouze činnosti, které zákon výslovně zakazuje (např. obchodování s lidmi, obchodování s omamnými a psychotropními

¹⁴ KLABUSAYOVÁ, Naděžda. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Frenštát pod Radhoštěm: Veronika, 2001.

¹⁵ Tamtéž.

látkami apod.). Podnikání se přitom vyznačuje pěti znaky – jedná se o soustavnou činnost (není tedy pouze příležitostná), dále o činnost samostatnou, prováděnou na vlastní účet, na vlastní odpovědnost a za účelem dosažení zisku.¹⁶

Informační povinnost. Prodávajícím vyplývá z ustanovení § 9 až § 14a zákona o ochraně spotřebitele ve vztahu ke spotřebitelům celá řada informačních povinností. Není účelem zde rozebírat veškeré informační povinnosti, které jsou prodávajícím ve shora uvedených ustanoveních zákona o ochraně spotřebitele zakotveny. Zmíněny budou pouze ty, které mají vztah k ochraně spotřebitele v potravinářském rezortu. Z ustanovení § 10 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele vyplývá povinnost prodávajícího zajistit, aby jím prodávané výrobky byly přímo viditelně a srozumitelně označeny celou řadou údajů. Těmito údaji mimo jiné jsou označením výrobce nebo dovozce, eventuálně dodavatele, vyžaduje-li to povaha výrobku nebo forma prodeje, i název výrobku, údaje o hmotnosti nebo množství nebo velikosti, popřípadě rozměru, jakož i další údaje potřebné dle povahy výrobku k jeho identifikaci, popřípadě užití. Jestliže není možné prodávané výrobky označit přímo, pak je prodávající v souladu s ustanovením § 10 odst. 3 zákona o ochraně spotřebitele musí viditelně a srozumitelně označit výše uvedenými údaji jiným vhodným způsobem. Pokud není možné či účelné výrobky s ohledem na jejich povahu dosud uvedeným způsobem označit, pak je povinností prodávajícího tyto údaje na požádání spotřebitele nebo orgánů, jež provádějí dozor nad dodržováním ustanovení zákona o ochraně spotřebitele, pravdivě sdělit, popřípadě doložit. Jestliže jsou výše uvedené informace poskytovány písemně, pak je podle ustanovení § 11 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele povinností prodejce je poskytnout v českém jazyce.

Diskriminace spotřebitele. V ustanovení § 6 zákona o ochraně spotřebitele je zakotven zákaz diskriminace spotřebitele. Tímto ustanovením je prodávajícímu zapovězeno diskriminovat spotřebitele při prodeji výrobků nebo poskytování služeb. Podstatou diskriminace přitom je rozdílný přístup ke spotřebiteli, popřípadě jeho nedůvodné omezování, přičemž toto jednání se děje na nějakém základě (např. může být rasově či národnostně motivováno). Smyslem zákazu diskriminace spotřebitele je tak eliminovat obchodní praktiky, jež zvýhodňují některé spotřebi-

¹⁶ *Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání* [online]. 22. ledna 2014. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/jak-novy-obcansky-zakonik-definuje-podnikani.html>.

tele na úkor jiných. Má se za to, že v podmínkách hospodářské soutěže by mělo diskriminační jednání obecně ubývat.¹⁷

Klamání spotřebitele. Klamavé obchodní praktiky, jejichž užívání je zakázáno, jsou definovány v ustanovení § 5 zákona o ochraně spotřebitele. Spotřebitel tak nesmí být klamán praktikami, při nichž je použito nepravdivého údaje, dále údaje pravdivého, avšak použitého zavádějícím způsobem či opomenutím (zamlčením) důležitého údaje o skutečných vlastnostech prodávaných výrobků nebo poskytovaných služeb či úrovni nákupních podmínek.¹⁸ Za klamavou obchodní praktiku je vždy považována v souladu s ustanovením § 5 odst. 3 zákona o ochraně spotřebitele praktika uvedená v příloze č. 1 k tomuto zákonu.

Reklamace. Pojem „reklamace“ etymologicky vychází z latinského výrazu *reclāmāre*, což značí „hlasitě odporovat“. Jedná se o složeninu tvořenou předponou *re-* a *clāmāre*, tedy volat či křičet.¹⁹ V současnosti je tohoto pojmu používáno pro ozvání se proti něčemu, domáhání se nějakého práva nebo nějaké věci, která někomu po právu náleží, požadování nápravy či pro stížnost.²⁰ V ustanovení § 19 zákona o ochraně spotřebitele, které vymezuje základní pravidla pro uplatňování a vyřizování reklamací se pod pojmem reklamace rozumí uplatnění odpovědnosti za vady výrobků a služeb.

4.2 Legislativa v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu

Ochrana spotřebitele v potravinářském resortu vychází u nás jednak z národních právních předpisů, jednak z právních předpisů Evropské unie. K legislativě v této oblasti je možno uvést, že je představována množstvím právních předpisů, které vedle samotné ochrany spotřebitele upravují komplexně problematiku potravinového řetězce od produkce surovin, jejich zpracování, distribuci až po prodej spotřebiteli. Předpisy v této oblasti dále rovněž upravují problematiku kvality potravin (zejména složení a označení výrobků), ochrany zdraví (tato zahrnuje hygienic-

¹⁷ KLABUSAYOVÁ, Naděžda. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Frenštát pod Radhoštěm: Veronika, 2001.

¹⁸ Tamtéž.

¹⁹ REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. 2., nezměn. vyd. Voznice: Leda, 2012, s. 560.

²⁰ KLABUSAYOVÁ, Naděžda. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Frenštát pod Radhoštěm: Veronika, 2001.

ká opatření, řešení aditiv či správné praxe při zpracování) a v neposlední řadě i ochrany životního prostředí (tj. ekologickou produkci a rybolov).

4.2.1 Unijní legislativa v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu

V Evropské unii dochází k intenzivní harmonizaci unijní legislativy v tom směru, aby vytvořené právní předpisy byly platné ve všech členských zemích. Tento trend se vztahuje i na oblast ochrany spotřebitele v potravinářském resortu, přičemž cílem je zajistit, aby právní předpisy na teritoriu Evropské unie reagovaly na dynamicky se měnící podmínky v uvedené oblasti a lépe tak sloužily praxi i samotným zákazníkům.

Prameny práva Evropské unie je možno členit na prameny primární (zde se jedná zvláště o zakládající smlouvy a smlouvy o přistoupení jednotlivých členských států) a prameny sekundární (v tomto případě jde o směrnice, nařízení, rozhodnutí i právně nezávazná doporučení či stanoviska).

Za účelem harmonizace právních řádů členských států bývají nejvíce využívány směrnice, jež jsou závazné pouze co do výsledku pro kterýkoliv stát, pro který jsou určeny. Jakými prostředky a jakou formou stanovených cílů dosáhne, to je již na každém státu. U směrnic platí, že samy o sobě nejsou určeny k přímé aplikaci. Smyslem směrnic je ovlivňovat obsah vnitrostátních právních předpisů členských států. Vzhledem k této skutečnosti je nezbytné transponování (formální promítnutí) obsahu dané směrnice do vnitrostátního obecně závazného právního předpisu.²¹ V oblasti potravinového práva je možno diferencovat mezi směrnicemi Evropské unie horizontálními, tj. takovými, jež se vztahující na veškeré potraviny uváděné na unijní trh, a směrnicemi vertikálními, které se dotýkají pouze určitých druhů potravin.

U významných otázek, u nichž je ze strany Evropské unie kladen důraz na jednotnost úpravy ve všech členských státech, je preferována forma nařízení. Tato se vyznačují tím, že mají obecnou působnost, jsou závazná v celém rozsahu a tím i přímo použitelná ve všech členských zemích. Z uvedeného je zřejmé, že u nařízení není na rozdíl od směrnic nezbytná jejich transpozice.²²

²¹ Viz díkce ustanovení čl. 288 Smlouvy o fungování Evropské unie, C 326/49, konsolidované znění.

²² Viz tamtéž.

K důležitým unijním předpisům potravinového práva náleží tzv. Nařízení o obecném potravinovém právu.²³ Toto nařízení si klade především za cíl přiblížit právní řády jednotlivých členských zemí v oblasti potravinového práva, neboť odlišné úpravy členských států mohou být překážkou volného pohybu potravin, dále mohou vést k vytváření nerovných podmínek soutěže a takto přímo ovlivňovat fungování vnitřního unijního trhu.²⁴ Ve zmíněném předpisu jsou zakotveny obecné požadavky a zásady potravinového práva, čímž je sledován cíl dosáhnout uvádění na trh pouze bezpečných potravin. Tímto předpisem byl rovněž zřízen Evropský úřad pro bezpečnost potravin (angl. *European Food Safety Authority*; ve zkratce EFSA), který je nezávislým výkonným úřadem vysoké vědecké úrovně, jenž poskytuje komplexní vědecký názor na bezpečnost potravinových řetězců.²⁵

Za velmi důležité je možno z hlediska problematiky řešené v této práci považovat Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 ze dne 25. října 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a o zrušení směrnice Komise 87/250/EHS, směrnice Rady 90/496/EHS, směrnice Komise 1999/10/ES, směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES, směrnic Komise 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení Komise (ES) č. 608/2004, které upravuje poskytování informací o potravinách spotřebitelům.

Harmonizace unijních předpisů může probíhat vertikálně a horizontálně. Horizontální harmonizace se vztahuje na veškeré potraviny, jež jsou uváděny na unijní trh. Unijní právní předpisy z této skupiny je možno dělit v závislosti na oblastech, k nimž hlavně náleží: hygiena a bezpečnost v potravinovém řetězci, dozor nad potravinami živočišného původu, opatření u potravin rostlinného původu, přídatné a pomocné látky, aroma, ozařování potravin, označování potravin, tradiční speciality, hmotnosti a objemy potravin, potraviny pro zvláštní výživu a doplňky stravy, zmrazené potraviny a produkty ekologického zemědělství.

Ačkoliv by se harmonizace měla týkat zejména dříve uvedeným všeobecným záležitostem, byla stanovena přesná pravidla i pro některé vybrané komodity. V případě těchto pravidel se jedná o vertikální harmonizaci. Tato se promítá do relativně velkého množství tzv. komoditních předpisů. Tyto předpisy se vztahují na

²³ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) 178/2002 ze dne 28. ledna 2002, kterým se stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin.

²⁴ Viz Úvodní ustanovení Nařízení č. 178/2002.

²⁵ Jeho webové stránky jsou dostupné na <http://www.efsa.europa.eu/>.

určité druhy potravin, např. na maso a masné výrobky, vejce, ryby, jedlé oleje, obiloviny, luštěniny, cukr, med, kakao, lihoviny, víno, pitnou, minerální vodu aj. Určitou zajímavostí jsou tzv. „snídaňové směrnice“ (angl. *breakfast directives*), jež upravují pravidla pro některé specifické druhy komodit, kterými jsou káva, cukr, džem či zahuštěné a sušené mléko.²⁶

Legislativa v oblasti potravinářství a v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu sleduje zejména níže uvedené cíle:

- chránit spotřebitele před klamáním a falšováním;
- chránit spotřebitele před zdravotně nebezpečnými potravinami;
- chránit spotřebitele před onemocněními majícími svůj původ v potravinách;
- chránit podnikatelské subjekty před nekalými praktikami;
- chránit životního prostředí;
- usnadnit volného pohybu potravin v rámci Evropské unie.

Na legislativu v oblasti potravinářství a ochrany spotřebitele v potravinářském resortu jsou kladeny níže uvedené požadavky, které mají návaznost na shora uvedené cíle:

- monitorování celého potravinového řetězce – tento požadavek znamená, že je třeba výrobu potravin sledovat od prvovýroby, výroby krmiv až po samotného spotřebitele;
- umožnění volného pohybu bezpečných potravin, jež vyhovují stanoveným požadavkům, jež se v jednotlivých členských zemích Evropské unie nebudou zásadně lišit;
- sledovatelnost pohybu potravin ve veškerých stádiích jejich produkce;
- fungování jednotného systému včasného varování s jediným kontaktním místem v každém státě.

Z unijní legislativy lze v oblasti potravinářství a ochrany spotřebitele v potravinářském resortu považovat za stěžejní následující:

- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002 ze dne 28. ledna 2002, kterým se stanoví zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje

²⁶ Viz Směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/4/ES ze dne 22. února 1999 o kávových a cikorkových extraktech, dále Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/36/ES, o výrobcích z kakaa a čokolády, Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/111/ES, o některých druzích cukru, Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/113/ES o ovocných džemech, rosolech a marmeládách a kaštanovém krému a Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/114/ES o některých druzích zahuštěného nebo sušeného mléka pro lidskou výživu.

se Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin (dále jen „Nařízení ES k potravinám“);

- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 852/2004 ze dne 29. dubna 2004 o hygieně potravin;
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004 ze dne 29. dubna 2004 o úředních kontrolách za účelem ověření dodržování právních předpisů týkajících se krmiv a potravin a pravidel o zdraví zvířat a dobrých životních podmínkách zvířat;
- Nařízení Komise (ES) č. 1881/2006 ze dne 19. prosince 2006, kterým se stanoví maximální limity některých kontaminujících látek v potravinách;
- Nařízení Rady (ES) č. 510/2006 ze dne 20. března 2006 o ochraně zeměpisných označení a označení původu zemědělských produktů a potravin;
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 o výživových a zdravotních tvrzeních při označování potravin;
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1925/2006 ze dne 20. prosince 2006 o přidávání vitaminů a minerálních látek a některých dalších látek do potravin;
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1333/2008 ze dne 16. prosince 2008 o potravinářských přídatných látkách;
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 ze dne 25. října 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a o zrušení směrnice Komise 87/250/EHS, směrnice Rady 90/496/EHS, směrnice Komise 1999/10/ES, směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES, směrnic Komise 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení Komise (ES) č. 608/2004 (dále jen „Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům“).

4.2.2 Potravinové právo v České republice

Za první významnou úprava potravinového práva na území dnešní České republiky je možno považovat Codex alimentarius austriacus. Ten byl u nás v platnosti od sklonku 19. století až do roku 1937. V uvedeném roce byl nahrazen Potravinovým kodexem československým. Tento kodex je možno označit za jednu z nejmodernějších sbírek potravinových předpisů své doby. V období Protektorátu Čechy a Morava byla ustanovení tohoto kodexu nahrazována protektorátními normami, které byly reflexí říšskoněmecké úpravy. V období po 2. světové válce byl Potravinový

kodeks československý nahrazen oborovými a podnikovými normami. Ty měly být právní zárukou výroby a oběhu potravin, které by byly zdravotně nezávadné. Oborové a podnikové normy jednak trpěly řadou nedostatků, nevyhovovaly prostředí tržního hospodářství a zejména nebyly mezinárodně uznávané. Vzhledem k těmto skutečnostem byla v roce 1995 převážná část těchto norem prohlášena za právně nezávadné. Tímto krokem byl vytvořen prostor k tomu, aby byla přijata komplexní moderní úprava potravinového práva u nás.²⁷

Za mezník našeho potravinového práva je třeba považovat přijetí zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů (dále jen „zákon o potravinách“), jenž vstoupil v účinnost dnem 1. září 1997. Zákon o potravinách je systematicky členěn do osmi částí. Nejobsáhlejší z nich je část první, jež upravuje problematiku výroby a oběhu potravin, výroby a oběhu tabákových výrobků, státního dozoru a sankcí za porušení ustanovení tohoto zákona. Druhá, třetí, pátá a šestá část byly v dosavadní účinnosti zákona o potravinách zrušeny. Ve čtvrté části jsou zakotveny změny zákona ČNR č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů. Část sedmá je pak věnována změnám a doplněním zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a konečně část osmá upravuje společná, přechodná a závěrečná ustanovení.

Ačkoliv k vytváření návrhu zákona o potravinách docházelo více než deset let před vstupem naší země do Evropské unie, je možno uvést, že sledoval tytéž cíle, jako sledovala tehdejší komunitární úprava²⁸ v téže oblasti. Díky tomu byla současně v předstihu splněna jedna z podmínek pro přijetí České republiky do Evropské unie.²⁹

I když zákon o potravinách upravuje výrobu a oběh potravin komplexním způsobem, což ovšem neznamená, že by tímto zákonem byl beze zbytku vyčerpán předmět této úpravy.³⁰ K tomu se totiž vztahují i některé další zákony. Z těchto je možno zmínit např. zákon č. 372/2011 Sb., o zdravotních službách a podmínkách

²⁷ HELEŠIC, František. *Základy potravinového práva České republiky*. 1. vyd. Praha: Michálek, 1998, s. 10 a 11.

²⁸ V současnosti je v návaznosti na přijetí tzv. Lisabonské smlouvy (Lisabonská smlouva pozměňující Smlouvu o Evropské unii a Smlouvu o založení Evropského společenství, podepsaná v Lisabonu dne 13. prosince 2007) používáno výrazu „unijní úprava“.

²⁹ HELEŠIC, František. *Základy potravinového práva České republiky*. 1. vyd. Praha: Michálek, 1998, s. 10.

³⁰ Tamtéž, s. 12.

jejich poskytování (zákon o zdravotních službách), ve znění pozdějších předpisů³¹, dále zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně některých souvisejících zákonů (veterinární zákon), ve znění pozdějších předpisů, zákon ČNR č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství), ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník či zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.³²

4.3 Základní pojmy potravinového práva

Tato část práce je zaměřena na vymezení základních pojmů potravinového práva, jak jsou definovány především zákonem o potravinách. Pojmy potravinového práva jsou přitom vymezeny v ustanovení § 2 zákona o potravinách. Definování základních pojmů v úvodních ustanoveních zákona o potravinách má význam z hlediska upřesnění jejich obsahu, což současně napomáhá lepšímu pochopení zákonem úpravy jakožto celku. Díky vymezení základních pojmů je současně zajištěna vyšší míra právní jistoty a jednotnosti v porovnání se situací, kdy by byl výklad zde vymezených pojmů ponechán na soudech nebo správních orgánech.

4.3.1 Pojem „potravina“

Zákonná definice pojmu „potraviny“ byla obsažena v ustanovení § 2 písm. a) zákona o potravinách, ve znění účinném do 31. prosince 2014. Zde se pod tímto pojmem rozuměly „... látky, které jsou určeny ke spotřebě člověkem v nezměněném nebo upraveném stavu jako jídlo nebo nápoj.“ Tato definice do značné míry korespondovala s vymezením pojmu „potraviny“, jak ji podává ustanovení čl. 2 Nařízení ES k potravinám. Zde se za potravinu pokládá „... jakákoliv látka nebo výrobek, zpracované, částečně zpracované nebo nezpracované, které jsou určeny ke konzumaci člověkem nebo u nichž lze důvodně předpokládat, že je člověk bude konzumovat.“

³¹ Tímto zákonem byl nahrazen zákon č. 20/1966 Sb., o péči o zdraví lidu.

³² Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů je relevantní z toho důvodu, neboť stanovuje povinnosti podnikatelů.

Zákon o potravinách ze své působnosti vylučuje léčiva a omamné a psychotropní látky. Za potraviny jsou naopak z hlediska zákona o potravinách považovány přídatné látky, látky pomocné a látky určené k aromatizaci, a sice za předpokladu, že jsou určeny k prodeji spotřebiteli za účelem konzumace. Zákonná definice pojmu „potravina“ nijak neřeší, jaká je její cesta ke spotřebiteli. Pro vymezení předmětného pojmu tak není důležité, jestli si ji spotřebitel zakoupí v jakékoliv formě v obchodní potravinářské síti nebo ve formě hotového jídla v podnicích společného stravování či zda je předmětem darování. Právních předpisy v minulosti v některých případech používali ekvivalentního pojmu „poživatina“³³, avšak z hlediska jednotnosti a přesnosti právní úpravy se jako vhodnější jeví používání jediného pojmu, a to pojmu „potravina“.

Potraviny je možno dělit na potraviny živočišného původu a potraviny původu rostlinného. Za potraviny živočišného původu jsou považovány ty, u nichž jsou hlavními surovinami při výrobě suroviny živočišného původu.³⁴ Potravinami rostlinného původu se a contrario rozumí potraviny, u kterých jsou hlavními surovinami při výrobě suroviny rostlinného původu. Jako hlavní surovinu je přitom nezbytné chápat surovinu, jež se nejvíce podílí na složení dané potraviny. Její podíl tak musí být poloviční či větší nebo musí představovat převážný podíl. V této souvislosti je však zapotřebí uvést zmínit, že jedná-li se o surovinu, jež je pro danou potravinu určující a charakteristická, pak je nezbytné ji považovat za hlavní surovinu, aniž by byla rozhodující velikost jejího podílu na složení této potraviny.

4.3.2 Pojem „suroviny“

Ustanovení §2 písm. d) zákona o potravinách ve znění účinném do 31. prosince 2014 pojem „suroviny“ vymezovalo jako „... zemědělské, lesní, mořské a jiné produkty určené pro výrobu potravin, popřípadě potraviny určené k dalšímu zpracování.“ Z ustanovení § 2 písm. o) zákona o potravinách lze dovodit, že za suroviny živočišného původu je možno považovat veškeré části zvířat a živočichů, mléko, mlezivo, vejce a včelí produkty. V souladu s uvedenou definicí je tedy možno za živočišné suroviny považovat veškeré části těl zvířat. Může se tak teoreticky jednat např. i o srst či šupiny, ačkoliv je nelze považovat za příliš vhodné a použitelné ke konzumaci. Na druhé straně je však třeba uvést, že v důsledku nedávné hospodář-

³³ HELEŠIC, František. *Základy potravinového práva České republiky*. 1. vyd. Praha: Michálek, 1998, s. 20.

³⁴ Viz ustanovení § 2 písm. o) zákona o potravinách.

ské recese se znovu objevil trend využívat všechny možné části rostlin a těl živočichů, včetně takových, jež se ještě poměrně nedávno jevily jako nepoživatelné. Současná světová gastronomie pro naznačený trend používá označení „od čumáčku po ocásek“.³⁵ Projevem zmíněného trendu je, že se na jídelních lístcích některých restaurací nalézt vyskytují pokrmy s obsahem méně tradičních ingrediencí – např. vepřových kůží, smažená rybí kůže, prach ze zeleninových slupek nebo popel v podobě popelové soli.³⁶

4.3.3 Pojem „výroba potravin“

Pojem „výroba potravin“ je zakotven v ustanovení § 2 písm. f) zákona o potravinách. Zde je tento pojem specifikován jako „... čištění, třídění, upravování, opracování a zpracování, včetně balení a další úpravy potravin za účelem uvádění na trh...“. Z této definice je tedy zřejmé, že v případě uvedených operací jde o výrobu potravin pouze za splnění podmínky, že jsou realizovány za účelem uvádění potravin do oběhu. Důvodová zpráva k zákonu č. 139/2014 Sb., změna zákona o potravinách a změna veterinárního zákona k tomuto pojmu doplňuje, že za výrobu potravin nejsou považovány činnosti typu krájení nebo pouze samostatný proces balení. Proces „balení“, jenž je uveden v definici pojmu „výroba potravin“, musí být navazujícím krokem na předchozí činnosti v definici tohoto pojmu vymezené.³⁷

Z uvedeného vymezení je možno dovodit, že za výrobce lze považovat subjekt, jenž uskutečnil shora uvedenou činnost před uvedením potravin do oběhu jako poslední. Ustanovení § 2 písm. n) zákona o potravinách, ve znění účinném do 31. prosince 2014 z definice výroby potravin *expressis verbis* vylučovalo zemědělskou prvovýrobu, jíž se např. rozumí chov hospodářských zvířat, pěstování a sklizeň zemědělských plodin, výroba mléka, vajec a produkce hospodářských zvířat před porážkou. Novelou zákona o potravinách provedenou s účinností od 1. ledna 2015 zákonem č. 139/2014 Sb., kterým se mění zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů,

³⁵ V České republice je průkopníkem tohoto trendu restaurace Sansho. Více viz na <http://sansho.cz/#about>.

³⁶ Takové pokrmy je možno nalézt např. na jídelníčku pražské restaurace La Degustation Bohême Bourgeoise. Blíže viz <http://www.ladegustation.cz/cz/#index>.

³⁷ Poslanecká sněmovna PČR; Vláda ČR K Čl. I. Důvodová zpráva k zákonu č. 139/2014 Sb., změna zákona o potravinách a změna veterinárního zákona [Systém ASPI] PSP - Poslanecká sněmovna Parlamentu [cit. 2015-5-15] ASPI_ID LIT51419CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně některých souvisejících zákonů (veterinární zákon), ve znění pozdějších předpisů, však byla tato část negativního vymezení pojmu „výroba potravin“ vymezena. To ovšem neznamená, že by v současnosti pojem „výroba potravin“ v sobě zahrnoval zemědělskou prvovýrobu. Jen se tato část ustanovení, která dříve vymezovala předmětný pojem, stala obsolentní a zákonodárce ji proto vypustil. I v současnosti tedy platí, že jestliže pěstitel pouze sklídí brambory, pak nemůže jít o výrobu potravin. Pakliže však bude navíc provádět jejich třídění a balení za účelem prodeje, pak již jde o výrobu potravin a na takové brambory se vztahují příslušná ustanovení zákona o potravinách.³⁸

4.4 Požadavky na označování potravin

Tato část práce je zaměřena na komparaci požadavků, jež jsou zakotveny ve standardech Codex Alimentarius pro označování potravin³⁹ (dále jen „Codex Alimentarius“) a v Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, jež je pro Českou republiku coby členský stát Evropské unie stěžejní. Ve vztahu k těmto dvěma právním pramenům je možno uvést, že normami Codex Alimentarius jsou v celosvětovém měřítku stanoveny požadavky na označování potravin, avšak tyto požadavky nejsou pro členské státy Evropské unie závazné, kdežto Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům vymezuje požadavky toliko pro členské země Evropské unie, v nichž jsou ovšem přímo aplikovatelné a závazné v celém rozsahu.⁴⁰ Uvedené však neznamená, že by tyto dva právní prameny šly proti sobě, poněvadž unijní úprava v této oblasti vychází ze standardů Codex Alimentarius. V porovnání s tímto kodexem však unijní úprava stanovuje navíc některé další požadavky, jež jsou uvedeny v této části kapitoly.

³⁸ HELEŠIC, František. *Základy potravinového práva České republiky*. 1. vyd. Praha: Michálek, 1998, s. 28.

³⁹ World Health Organization, Food and Agriculture Organization of the United Nations: Food Labeling (Codex Alimentarius), fifth edition, Rome, 2007. Dostupné z: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a1390e/a1390e00.pdf>. Výklad v této kapitole vychází zvláště z požadavků, jež jsou uvedeny na s. 1 až 10 tohoto dokumentu.

⁴⁰ Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, které je platné od 13. prosince 2011, se používá od 13. prosince 2014, s výjimkou výživových údajů, které se použijí od 13. prosince 2016.

4.4.1 Pojem „označování potravin“

Ve všeobecnosti je možno uvést, že označování výrobků sleduje hlavně tři účely: slouží k identifikaci výrobků, představuje marketingový nástroj a zejména poskytuje nezbytné informace spotřebiteli. Díky poslednímu uvedenému účelu se z označování potravin stává druh komunikace, v níž vystupují na jedné straně výrobce a prodejce, na straně druhé pak spotřebitel. Údaje uváděné na výrobku jsou pro spotřebitele zdrojem informací, na jejichž základě se rozhoduje při výběru výrobků ze širokého spektra potravin, které jsou na trhu v současnosti k dispozici. „V dobách přísné regulace trhu se potraviny vyráběly v úzkém sortimentu podle jednotných norem, takže nebylo nutné složité označování a zákazník nemohl, ale ani nemusel, vybírat.“⁴¹ Důvodem nynější podrobnější právní regulace označování potravin je umožnit rozšíření sortimentu nabídky potravin. Kromě toho je plně v souladu s trendem ochrany spotřebitele, zvláště pak se snahou o ochranu jeho zdraví.

4.4.2 Dělení potravin dle způsobu balení

Podle kritéria způsobu balení je možno diferencovat mezi potravinami balenými, zabalenými a nebalenými. O balené potraviny se jedná v tom případě, že jsou do obalu umístěny přímo výrobcem, eventuálně posléze v balárně v průběhu procesu výroby potravin. Obal tak tvoří při prodeji součást výrobku. Část potravin je možno prodávat toliko balené. Jedná se např. o polotovary z ryb nebo o doplňky stravy. Informační centrum Ministerstva zemědělství k baleným potravinám doplňuje následující: „Za balenou potravinu se považuje i taková, která je v obalu uzavřena pouze zčásti, pokud obsah nelze vyměnit bez otevření nebo výměny obalu. Pokud je obalový materiál součástí potraviny (např. střívko u párků), nejedná se o balenou potravinu.“⁴² Pro zabalené potraviny platí, že jsou do obalu umístovány na jiném místě než u výrobce nebo v balárně. Jejich umístování do obalu přitom probíhá současně bez přítomnosti spotřebitele, a sice nejčastěji v zázemí prodejny. Nebalené potraviny se prodávají bez obalu. Typicky se jedná o pečivo, ovoce, zeleninu apod. Nejvíce podrobná je úprava vztahující se na balené potraviny.⁴³

⁴¹ SUKOVÁ, Irena. *Průvodce označováním potravin*. 1. vyd. Praha: ÚZEI, 2008, s. 4.

⁴² *A-Z slovník pro spotřebitele. Nebalené potraviny* [online]. Praha: Informační centrum Ministerstva zemědělství, nedatováno. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/76634.aspx>.

⁴³ SUKOVÁ, Irena. *Průvodce označováním potravin*. 1. vyd. Praha: ÚZEI, 2008, s. 4.

4.4.3 Požadavky na označování balených potravin

Problematika požadavků na označování balených potravin zahrnuje jednak principy označování balených potravin, jednak povinné údaje na obalech (název, složení a další povinné údaje).

Principy

Z Codex Alimentarius vyplývají dva základní principy pro označování potravin. Těmito principy jsou neklamavost a nevyvolávání nebezpečí záměny výrobků. V souladu s těmito principy by v případě balených potravin nemělo docházet k jejich označování ani prezentování za využití označení nebo obalu, jež je klamavý, matoucí nebo zavádějící s ohledem na vlastnosti dané potraviny, eventuálně připomínající nějaký jiný produkt, s nímž by bylo možno takovou potravinu zaměnit. Nadto Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům požaduje, aby při označování balených potravin nebyly uváděny informace zavádějící a vyvolávající dojem, že se daná potravina vyznačuje zvláštními charakteristickými vlastnostmi, ačkoliv takové vlastnosti jsou ve skutečnosti typické pro veškeré podobné potraviny. Takové jednání může např. spočívat ve výslovném zdůrazňování přítomnosti či naopak nepřítomnosti určitých složek nebo živin, jež se v daném druhu potravin přirozeně vyskytují nebo nevyskytují.⁴⁴

Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům dále nepřipouští, aby byly při označování balených potravin uváděny klamavé údaje, jež vyvolávají dojem, že obsahují určitou potravinu nebo složku, přestože některá přirozeně došlo k nahrazení vyskytující se součásti či běžně používané složky v této potravine součástí nebo složkou odlišnou.⁴⁵ Taktéž ani obal nemůže mít na sobě vyobrazení takových složek či surovin, jichž nebylo použito k výrobě potraviny. Pakliže již jsou složky, které nebyly použity, zobrazeny na obalu z důvodu zvýšení jeho atraktivity, potom musí být naprosto zřejmé, které ze znázorněných složek v balené potravine opravdu jsou a které jsou jen doporučeným použitím. Proto výrobci potravin nezřídka u hlavního vyobrazení na čelní straně baleného výrobku připojují prohlášení, které mívá nejčastěji znění „návod na servírování“ či „doporu-

⁴⁴ Příkladem takového jednání může být uvádění označení „0 % tuku“ v případě potravin, v nichž není tuk přirozeně obsažen.

⁴⁵ Například olivový olej nahrazený slunečnicovým, losos nahrazený treskou, viz díkce z ustanovení čl. 7 odst. 1 písm. c) a d), Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům.

čené servírování“.⁴⁶ Tímto prohlášením je spotřebiteli dávano na vědomí, že součástí potravin nejsou veškeré složky vyobrazené na obalu.

Povinné údaje na obalech

Codex Alimentarius a Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům se v požadavcích na označování balených potravin až na některé nuance v zásadě shodují. Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům v porovnání s Codex Alimentarius požaduje navíc, aby obal obsahoval jakožto samostatný povinný údaj výživové údaje, obsah alkoholu a alergenní látky. Codex Alimentarius naproti tomu v porovnání s Nařízením o poskytování informací o potravinách spotřebitelům vyžaduje, aby obal povinně uváděl i šarži a prohlášení o ozařování potravin. Tyto údaje jsou však v rámci Evropské unie upraveny samostatnými směrnici. Oba tyto právní prameny se vyjadřují nikoliv jen k povinným údajům na obalech, nýbrž i k údajům nepovinným. K nim uvádějí, že je možné uvádět pouze takové, jež nejsou s to spotřebitele uvádět v omyl. Kromě toho nesmí být množství nepovinných údajů takové, aby v nich povinné údaje zanikaly. Dobrovolné informace o potravinách jsou často uváděny v množství, které je na úkor přehlednosti informací povinných, které se v nich spotřebiteli ztrácejí.

Název potravin

Název potravin je tím vůbec nejpodstatnějším povinným údajem o potravině, jenž musí být vždy na obalu uveden. Tento údaj je vyjádřením přirozené povahy potravin. Mělo by jít o údaj spíše specifický než generický. Je-li název pro danou potravinu obsažen v kodexových standardech Codex Alimentarius, pak je nutno jej použít přednostně. Jestliže tomu tak není, pak je nutno pro potravinu použít označení, jak jej určuje legislativa toho kterého státu. V případě, že neexistuje ani takové označení, pak je možno použít běžně používaného názvu potravin. Tento název by měl danou potravinu vhodně popisovat a neměl by být klamavý nebo matoucí. Z uvedeného je zřejmé, že rozebíraná pravidla pro označování potravin podle Codex Alimentarius jsou v poměru subsidiarity. V Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům jsou požadavky na uvedení názvu potravin zakotveny identicky. Je v něm stanoveno následující: „Názvem potravin je její zákonný název. Pokud takový název neexistuje, je názvem potravin její vžitý název a v případě, že neexistuje nebo se nepoužívá, uvede se popisný název dané potravin.“⁴⁷

⁴⁶ Srovnej např. SUKOVÁ, Irena. *Průvodce označováním potravin*. 1. vyd. Praha: ÚZEI, 2008, s. 5.

⁴⁷ Viz dikce ustanovení čl. 17 odst. 1 Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům.

Název potraviny musí být vždy uveden v úředním jazyce příslušného státu, u nás tedy v jazyce českém. To ovšem neplatí o obchodním názvu potraviny, jenž slouží coby nástroj marketingové strategie. Obchodní název potraviny nemusí být uveden v úředním jazyce. Kromě toho lze obchodní název chránit jako průmyslové vlastnictví za využití institutu ochranné známky. V případě názvu potraviny není toto možné. Názvem potraviny je tak např. tavený sýr a obchodním názvem *Apetito*.

Složení potraviny

Za složení potraviny se považuje seznam použitých složek. Složení potraviny je obligatorním údajem, jenž musí být vždy uveden na etiketě. Výjimkou jsou pouze výrobky, které obsahují toliko jedinou ingredienci, která je uvedena již v samotném názvu potraviny.⁴⁸ V souvislosti se složením potraviny je stanoveno, že seznam ingrediencí musí být uspořádán v sestupném pořadí, a to v závislosti na hmotnosti, jež se stanovuje v momentě jejich použití během výroby dané potraviny. Je-li již samotná ingredience produktem, jenž je složen z nejméně dvou ingrediencí, pak musí být tyto ingredience uvedeny v závorce, a to taktéž sestupným výčtem. Povinnost uvádět ingredience ve složení se zpravidla nevztahuje za předpokladu, že nejde o přídatnou či alergenní látku, na ty, které jsou v potravině obsaženy v množství nepřesahujícím 5 %. V případě některých složek ovšem Codex Alimentarius vzhledem k častým alergiím nebo intolerancím některých potravin vyžaduje, aby byly ve složení potraviny uváděny určité složky i tehdy, jestliže je jejich podíl v potravině nižší než 5 %. V případě alergenních látek je tento požadavek motivován snahou zajistit ochranu spotřebitelů před eventuálními zdravotními komplikacemi, které by u nich mohly nastat v důsledku konzumace případné alergenní složky, stejně jako zabezpečit ochranu výrobců a prodejců před případnými žalobami ze strany spotřebitelů na náhradu škody nebo způsobené újmy na zdraví.⁴⁹ V případě požadavku na uvádění přídatných látek je jako hlavní cíl sledována na jedné straně opět ochrana spotřebitelů, na straně druhé pak zabránění tomu, aby byli spotřebitelé uváděni v omyl (např. v důsledku používání potravinových barviv).

⁴⁸ Za příklad výrobků s jedinou ingrediencí může posloužit např. med nebo mléko.

⁴⁹ Viz úvodní ustanovení Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, které uvádí následující: „Je důležité, aby byly poskytovány informace o přítomnosti potravinářských přídatných látek, pomocných látek a jiných látek nebo produktů, u nichž bylo vědecky prokázáno, že mohou vyvolat alergii nebo nesnášenlivost, aby měli zejména spotřebitelé trpící potravinovou alergií nebo nesnášenlivostí možnost informovaného výběru potravin, které jsou pro ně bezpečné.“

Složení potravin musí bez ohledu na jejich podíl v potravině vždy obsahovat uvedení taxativně stanovených alergenních složek. Takovými složkami jsou zejména obiloviny, které obsahují lepek (pšenice, žito, ječmen, oves, špalda, kamut a jejich hybridní odrůdy a výrobky z nich), dále mléko a výrobky z něj, koryši a výrobky z nich, vejce a výrobky z nich, ořechy aj. Nařízením o poskytování informací o potravinách spotřebitelům je tento výčet rozšířen o některé další složky, které často způsobují alergické reakce (typicky např. celer).⁵⁰ Toto nařízení nadto stanovuje požadavek, aby byly názvy látek vyvolávajících alergie či potravinovou intoleranci zvýrazněny takovým způsobem, aby byly odlišeny od ostatních složek uvedených na seznamu složení potravin.

Splnění této povinnosti však může vést k tomu, že přestože stopové množství alergenní látky nebo pomocné látky není pro spotřebitele spojeno s rizikem nežádoucí reakce, může jej od koupě takové potravin odradit, byť by ji mohl bez rizika konzumovat. Vzhledem k této skutečnosti je možno již delší dobu ve světě pozorovat snahu o to, aby bylo stanoveno maximální tolerované množství jednotlivých alergenů. Výsledkem těchto snah je např. koncept Vital 2.0 (akronym Vital je složen z prvních písmen anglických slov Voluntary Incidental Trace Allergen Labelling, tj. dobrovolné označování stopových množství alergenů).⁵¹ Tento koncept představuje systém základních standardizovaných alergenů pro výrobce potravin. Předností tohoto systému je, že poskytuje možnost k tomu, „... aby varování bylo umístováno jen na produktech, které skutečně mohou znamenat pro alergiky riziko.“⁵² De lege ferenda by stálo za to uvažovat o zavedení obdobného systému i v rámci Evropské unie.

Stejně jako u alergenních složek i v případě použitých přídatných látek je stanovena povinnost uvádět je ve složení potravin, a to bez ohledu na obsažené množství. Jestliže použité přídatné látky náleží do povolených skupin aditiv, potom

⁵⁰ K tomuto srovnej Přílohu II Nařízením o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, které kromě již uvedených alergenních složek zmiňuje také celer a výrobky z něj, hořčici a výrobky z ní, sezamová semena a výrobky z nich, hořčici a výrobky z ní, sójové boby (sója) a výrobky z nich, vlní bob (lupina) a výrobky z něj, měkkýše a výrobky z nich.

⁵¹ Tento koncept byl zaveden v roce 2005 na základě iniciativy výrobců australským úřadem Allergen Bureau.

⁵² SUKOVÁ, Irena. *VITAL-2.0: nová koncepce regulace alergenů* [online]. Praha: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 3. prosince 2012. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.agronavigator.cz/default.asp?ids=0&ch=15&typ=1&val=123775>.

musejí být uvedeny ve tvaru, jenž sestává z názvu skupiny⁵³ a názvu nebo číselného označení, jež je vyžadováno právním řádem dané země. Za příklad takového označení může posloužit toto označení: „konzervant E211 (benzoan sodný)“.

Další povinné údaje

Vedle uvedení názvu a složení potraviny je standardy Codex Alimentarius vyžadováno rovněž uvádění čistého množství výrobku (tzv. netto). Čisté množství výrobku je udáváno v metrických jednotkách – v případě tekutin se uvádí vždy objem, v případě pevných výrobků jejich váha, v případě polotekutých výrobků je možno uvést buď váhu či objem. Standardy Codex Alimentarius vedle toho vyžadují i uvedené údajů sloužících k identifikaci výrobce, dodavatele, dovozce, vývozce nebo prodejce. Uvedené údaje mají význam jednak pro uplatnění eventuální odpovědnosti za škodu či újmu způsobenou výrobkem nebo odpovědnosti z vad výrobku, přičemž zde platí, že plnou odpovědnost za výrobek nese subjekt uvedený na obalu, jednak mají informovat spotřebitele o původu potravin a zemědělských produktů, což je skutečnost, která je z různých důvodů zajímá stále více. V případě, že by jeho absence mohla spotřebitele uvést v omyl, pak je nezbytné uvádět i zemi původu výrobku. Jestliže byl výrobek zpracován v jiné zemi v takové míře, že došlo ke změně jeho povahy, pak by měla být země zpracování považována za zemi původu, popřípadě uvedena coby země, v níž byla provedena poslední úprava potravin. Výrobci z členských zemí Evropské unie jsou oprávněni používat rovněž unijní označení „vyrobena v EU“. Obal potraviny musí dále obsahovat i uvedení šarže výrobku. Za tu je považováno množství druhově totožných jednotek, jež byly vyrobeny za stejných podmínek. Ze šarže výrobku je možno identifikovat místo výroby. Na obalu musí být obligatorně uvedeno datum minimální trvanlivosti (v případě potravin, které se rychle nekazí) nebo datum použitelnosti (u potravin podléhajících rychlé zkáze).

⁵³ V závislosti na klasifikačním kritériu technologické funkce je možno přídatné látky (aditiva) rozdělovat do následujících funkčních tříd: sladidla, barviva, konzervanty, antioxidanty, nosiče, kyseliny, regulátory kyselosti, protispékavé látky, odpěnovače, plnidla, emulgátory, tavící soli, zpevňující látky, látky zvýrazňující chuť a vůni, pěnotvorné látky, želírující látky, lešticí látky (včetně lubrikantů), zvlhčující látky, modifikované škroby, balicí plyny, propelenty, kypřicí látky, sekvestranty, stabilizátory, zahušťovadla a látky zlepšující mouku. Blíže viz např. *Přídatné látky (aditiva)* [online]. Brno: Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 11. prosince 2014. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1005724>.

Dosud uvedené údaje je zapotřebí dále v případě, že na něm závisí délka trvanlivosti, taktéž o doporučený způsob skladování. Jestliže je to nutné pro zajištění správného použití potravin, pak by měl být na etiketě uveden i návod k použití. Jestliže označení nebo název produktu obsahuje jednu či více charakteristických ingrediencí, pak je nezbytné, aby byl na etiketě výrobku uveden v procentech podíl této ingredience použité při výrobě. Je nepřijatelné, aby byl takový příznačný název uváděn za situace, kdy je obsah příslušné specifické ingredience jen zanedbatelný, eventuálně je taková ingredience použita toliko coby aroma. Identická pravidla platí i tehdy, je-li označení produktu založeno na nízkém obsahu určité ingredience. V tomto případě je ovšem nezbytné uvádět výsledný podíl (v %) takové ingredience v hotovém výrobku (např. pokud se týká obsahu soli či tuku). Posledním obligatorním požadavkem zakotveným v Codex Alimentarius je uvedení prohlášení, jestliže byl výrobek ošetřen ionizujícím zářením. Takové prohlášení je třeba umístit bezprostředně u názvu výrobku. Fakultativně je přípustné použití mezinárodního symbolu pro ozařované potraviny. Je-li takto ozářeného výrobku užito jakožto ingredience k výrobě jiného výrobku, pak je povinností výsledný produkt označit tímž způsobem. Podle Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům musí být navíc na etiketě výrobku uvedeno množství alkoholu (tehdy, je-li vyšší než 1,2 % objemových), stejně jako výživové údaje.⁵⁴

4.4.4 Výjimky

Codex Alimentarius připouští určité výjimky z některých dosud uvedených požadavků na označování balených potravin, jež se konkrétně dotýkají uvádění složení, země původu, data spotřeby a návodu k přípravě. Tyto výjimky jsou dle Codex Alimentarius přípustné pouze tehdy, jestliže je plocha největší strany povrchu výrobku menší než 10 cm². Jiné řešení nabízí v takových případech Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům. To sice nepřipouští žádné výjimky, avšak pro výrobce potravin s malou plochou obalu stanovuje povinnost uvádět na nich tyto údaje: název, případný obsah alergenních látek, množství potravin a datum použitelnosti nebo minimální trvanlivosti.

⁵⁴ Viz dikce ustanovení čl. 9 odst. 1 písm. k) a l) Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům.

4.4.5 Způsob uvádění povinných údajů

Nejdůležitějším požadavkem v souvislosti se způsobem uvádění povinných údajů je podle Codex Alimentarius umístění etiket balených potravin takovým způsobem, aby nedocházelo k jejich oddělování od balení. Veškerá označení potravin, která jsou vyžadována kodexovými standardy Codex Alimentarius, musí být provedena tak, aby byla za běžných podmínek prodeje a použití jasná, výrazná, nesmazatelná a snadno čitelná. Název a čistá hmotnost potraviny, respektive množství potraviny, musí být zvýrazněny a uvedeny na jednom zorném poli. Pod pojmem „jedno zorné pole“ se v souladu s ustanovením čl. 1 odst. 2. písm. k) Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům rozumí „... všechny povrchy na balení, které lze přečíst z jednoho zorného úhlu.“

V případě, že je jazyk originální etikety pro spotřebitele nesrozumitelný⁵⁵, není třeba ji nahrazovat, nýbrž postačuje opatření výrobku dodatečnou etiketou, která obsahuje nezbytné údaje v jazyce srozumitelném spotřebiteli, jemuž je daný výrobek určen. Zcela logicky je pro způsob uvádění povinných údajů stanoven požadavek čitelnosti etikety. Tento požadavek je v Codex Alimentarius pouze zmíněn, aniž by byl jakkoliv blíže specifikován. V rámci procesu přípravy návrhu Nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, který si jako hlavní cíl stanovil realizaci revize označování potravin, však byla čitelnost etikety označena za zcela zásadní otázkou. Důvod je zřejmý z následující citace: „... nemá smysl stanovit povinnosti týkající se informací, jež mají být poskytovány spotřebiteli, pokud je tento nemůže využít (...) přezkum právních předpisů o označování nebude mít žádný přínos, jestliže nepovede k čitelnějším etiketám.“⁵⁶ V souvislosti s čitelností údajů na etiketě je zdůrazňován význam velikosti použitého písma, přičemž stanovuje jeho minimální velikost. Dále je v téže souvislosti stanovena povinnost dodržet kontrast mezi tiskem a jeho pozadím, jinými slovy vyjádřeno povinnost zajistit dostatečné barevné odlišení písma a jeho pozadí.

⁵⁵ V Codex Alimentarius je používáno adjektiva „nepřijatelný“, avšak v daném kontextu se jeví jako vhodnější použití výrazu „nesrozumitelný“.

⁵⁶ *Pracovní dokument Komise č. 52008SC0093* [online]. EUR-LEX, nedatováno. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52008SC0093:CS:HTML>.

4.4.6 Povinné údaje pro zabalené a nebalené potraviny

Zabalené potraviny musí být opatřeny uvedením názvu osoby, jež zabalila výrobek, názvu potraviny, údajem o množství, datu použitelnosti či minimální trvanlivosti, eventuálně údaj o možnosti nepříznivého ovlivnění zdraví a v neposlední řadě i prohlášení, byla-li potravina ošetřena ionizací.⁵⁷ V případě některých výrobků (např. u masných výrobků) mohou vyhlášky požadovat i jiné údaje. „Zabalený nakrájený masný výrobek musí být bezprostředně po zabalení označen datem zabalení a musí být prodán nejpozději v den následující po dni zabalení.“⁵⁸ V případě nebalených potravin je požadováno viditelné umístění vybraných údajů v písemné formě během jejich nabízení k prodeji. Vzhledem ke skutečnosti, že údaje nejsou umístěny přímo na potravině, vyskytuje se při prodeji nebalených potravin nezřídka problém, že cedulka s názvem a množstvím není umístěna v bezprostřední blízkosti daného výrobku. Spotřebitelé si tak nemusí být zcela jisti, ke kterému výrobku se tato cedulka vztahuje. Povinnými údaji u nebalených potravin jsou název potraviny a datum použitelnosti či minimální trvanlivosti, eventuálně údaj o možnosti nepříznivého ovlivnění zdraví a prohlášení, jestliže došlo k ošetření potraviny ionizací. Tak jako v případě zabalených potravin i u potravin nebalených mohou některé další údaje vyžadovat příslušné komoditními vyhlášky.⁵⁹

K nebaleným potravinám je možno dále uvést, že v jejich případě bylo ponecháno členským zemím Evropské unie právo, aby si samy stanovily pravidla poskytování informací o těchto potravinách se zřetelem k místním podmínkám a okolnostem. V našich podmínkách byla například novelou Vyhlášky Ministerstva zemědělství č. 333/1997 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), h), i), j) a k) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, pro mlýnské obilné výrobky, těstoviny, pekařské výrobky a cukrářské výrobky a těsta, ve znění pozdějších předpisů, jež byla provedena s účinností od 1. srpna 2012 Vyhláškou Ministerstva zemědělství č. 182/2012 Sb., kterou se mění vyhláška č. 333/1997 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), h), i), j) a k) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a ta-

⁵⁷ SUKOVÁ, Irena. *Průvodce označováním potravin*. 1. vyd. Praha: ÚZEI, 2008, s. 8.

⁵⁸ Ustanovení § 15 odst. 2 Vyhlášky Ministerstva zemědělství č. 326/2001 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), g), h), i) a j) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, pro maso, masné výrobky, ryby, ostatní vodní živočichy a výrobky z nich, vejce a výrobky z nich, ve znění pozdějších předpisů.

⁵⁹ SUKOVÁ, Irena. *Průvodce označováním potravin*. 1. vyd. Praha: ÚZEI, 2008, s. 8.

bákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, pro mlýnské obilné výrobky, těstoviny, pekařské výrobky a cukrářské výrobky a těsta, ve znění pozdějších předpisů u nebalených pekařských výrobků, které byly v hotové stavu zmrazeny, nebo jež byly dokončeny ze zmrazeného polotovaru stanovena povinnost v případě jejich přímého nabízení k prodeji spotřebiteli, aby by v blízkosti názvu výrobku viditelně umístěn údaj „rozmrazeno“, respektive „ze zmrazeného polotovaru“. Důvodem stanovení této povinnosti byla snaha, aby spotřebitel nebyl uváděn v omyl, neboť řada provozovatelů potravinářských provozoven totiž v reklamách uváděla, že provozují vlastní pekárnu, avšak spotřebitel se nedozvěděl, že v těchto pouze dochází k rozpékání zmrazených pekárenských výrobků. De lege ferenda by stálo ještě za úvahu, zda by nebylo vhodné u nebalených potravin uvádět informace o případných alergenech, neboť tyto potraviny bývají poměrně častou příčinou projevů potravinové alergie.

4.5 Práva a povinnosti spotřebitele

Ochranu spotřebitele je možno označit za jednu ze základních podmínek dobře fungujícího tržního hospodářství. Je tomu tak z toho důvodu, neboť postavení prodávajícího a spotřebitele na trhu není z nejrůznějších důvodů rovnocenné. K takovým důvodům nejčastěji náleží absence či nedostatek informací pro rozhodování, monopolní postavení prodávajícího daného výrobku, klamání spotřebitele, nekalá soutěž aj. Proto existuje potřeba spotřebitele chránit, což se děje prostřednictvím jeho práv. Na druhé straně však i spotřebitel má svoje povinnosti.

4.5.1 Práva spotřebitele

Pro ochranu spotřebitele bylo nezbytné jednak přesně vymezit práva spotřebitele, jednak stanovit pravidla a podmínky jejich uplatňování. Evropská unie se orientuje na pět základních práv spotřebitele. Tato práva, která byla obsažena v dokumentu označeném Předběžný program o ochraně spotřebitele a informační politice, jehož součástí byla i tzv. Charta práv spotřebitele, byla schválena Radou v dubnu 1975. Jedná se přitom o následujících pět práv:⁶⁰

- právo na ochranu zdraví a bezpečnosti – v souladu s tímto právem nesmí při běžných podmínkách používání zboží ani služby v sobě obsahovat riziko;

⁶⁰ PAVLÍK, Karel. *Ochrana spotřebitele v ČR a EU* [online]. 27. června 2012. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_986_cs.htm.

- právo na ochranu ekonomických zájmů – podstatou tohoto práva je poskytování ochrany uživateli či kupujícímu jednak vůči nežádoucím praktikám prodávajících (sem spadají např. klamavá reklama, nepoctivé doložky či podmínky úvěru apod.), jednak proti vadným výrobkům a službám;
- právo na náhradu škody – na základě tohoto práva by měla být spotřebiteli poskytnuta rada a pomoc pro případ prodeje vadného zboží či poskytnutí nespokojivé služby, jakož by mu mělo být bez zbytečných průtahů poskytnuto odškodnění za jakoukoliv škodu;
- právo na srovnávací informace (bývá též označováno jako právo na informace a vzdělávání) – spotřebitelům by mělo být poskytováno obsírné informování a rozsáhlé vzdělávání, přičemž smyslem těchto opatření je umožnit jim provádět na trhu informovaný výběr;
- právo na zakládání spotřebitelských sdružení (též právo na zastoupení nebo právo být slyšet) – s organizacemi spotřebitelů by měly být mimo jiné konzultovány veškeré legislativní návrhy, jež se dotýkají zájmů spotřebitelů.

V poněkud modifikované podobě definuje práva spotřebitele Celosvětová spotřebitelská organizace (angl. *Consumers International*), jež deklaruje osm níže uvedených práv spotřebitelů:⁶¹

- Právo na bezpečnost – jeho podstatou je právo spotřebitele na výrobky a služby, které jsou bezpečné a neohrožující zdraví.
- Právo na volný výběr – toto právo má být zárukou volného výběru zboží, které by mělo být v požadované kvalitě a za přijatelnou cenu.
- Právo na odškodnění – v souladu s tímto právem by měla být spotřebiteli poskytnuta náhrada za vadné výrobky a za škody, které byly způsobeny v důsledku užívání zboží či služeb.
- Právo na informace – toto právo má spotřebiteli zajišťovat objektivní a věrohodné informace o vlastnostech výrobku, o jeho bezpečném používání, o jeho eventuálních vedlejších účincích, o nebezpečí potenciálně hrozícím během používání výrobku, o výkonech výrobku a v neposlední řadě i informace o ceně výrobku.
- Právo na vzdělání – podle tohoto práva by měl stát zajistit vytvoření podmínek pro průběžné vzdělávání spotřebitelů, aby byli schopni se racionálně rozhodovat a získaly patřičné vědomosti a zkušenosti.

⁶¹ *Consumer Rights* [online]. Consumers International, nedatováno. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights/>.

- Právo na základní potřeby – dle tohoto práva by měl mít spotřebitel přístup k základním druhům zboží a služeb, jakož i na uspokojení základních potřeb, které jsou nezbytné pro jeho existenci (např. přiměřená výživa, zdravotní péče, ošacení, bydlení aj.).
- Právo na zdravé životní prostředí – toto právo tkví v nepřípustnosti ohrožení životního prostředí v souvislosti s výrobou, užitím a procesem likvidace výrobků a služeb.
- Právo na zastupování – v první řadě se dotýká občanských spotřebitelských organizací, jejichž smyslem je ochrana zájmů spotřebitelů vůči výrobcům, dovozcům a distributorům. Dále se týká spotřebitelských poradních výborů, které jsou zaměřeny na ochranu zájmů spotřebitelů ve vztahu ke státním institucím. Konečně v souladu s tímto právem se spotřebitelé mohou sdružovat v dobrovolných spotřebitelských organizacích a hnutích.

4.5.2 Povinnosti spotřebitele

Ze shora rozebíraných práv spotřebitelům vyplývají na druhé straně i některé povinnosti. Především by se měl spotřebitel zajímat o své zdraví, dále by se měl vzdělávat, měl by aktivně přispívat k ochraně spotřebitele, zajímat se o informace a s těmito pracovat. Vedle již uvedeného by spotřebitel měl uplatňovat nárok na odškodnění stejně jako nárok na základní potřeby. Opomenout nelze ani to, že by spotřebitel měl dodržovat pravidla v ekologické oblasti.⁶²

4.6 Instituce a občanské organizace zaměřené na ochranu spotřebitele

Pro účinnou a efektivní ochranu spotřebitele není postačující, aby existovaly příslušné právní předpisy. Současně je nezbytné, aby byly stanoveny orgány, které dohlíží nad dodržováním legislativy v oblasti ochrany spotřebitele a v daném případě i v oblasti tzv. potravinového práva a přijímají s tím související opatření. Tím je zajištěna ochrana členů společnosti před eventuálně hrozící újmou. V České republice zajišťují dohled nad dodržováním těchto předpisů zejména Ministerstvo průmyslu a obchodu a státní dozorové organizace – Česká obchodní inspekce, Státní veterinární správa a Česká zemědělská a potravinářská inspekce. Kromě

⁶² HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2004, s. 21.

nich se na ochranu spotřebitele zaměřují rovněž i občanské spotřebitelské organizace.

4.6.1 Ministerstvo průmyslu a obchodu

Z ustanovení § 13 odst. 1 písm. c) zákona ČNR č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České socialistické republiky, ve znění pozdějších předpisů vyplývá, že Ministerstvo průmyslu a obchodu je mimo jiné i ústředním orgánem státní správy pro ochranu zájmů spotřebitelů. V minulosti tato problematika na Ministerstvu průmyslu a obchodu náležela do kompetence Odboru ochrany spotřebitele a vnitřního obchodu, který však byl ke dni 1. února 2007 zrušen a jeho agendu převzala nově vytvořená sekce podnikatelů. V současnosti tato sekce nese označení Sekce podnikání, digitální ekonomiky a spotřebitele, přičemž součástí její organizační struktury je i Odbor technické harmonizace a spotřebitelské legislativy.⁶³ Tímto odborem byl vypracován dokument nazvaný Priority spotřebitelské politiky 2015 - 2020, který byl schválen Usnesením Vlády České republiky ze dne 7. ledna 2015 č. 5 k návrhu Priorit spotřebitelské politiky 2015 - 2020.⁶⁴ Ve zmíněném dokumentu jsou priority spotřebitelské politiky rozčleněny do následujících oblastí:⁶⁵

- bezpečnost výrobků a služeb;
- ochrana ekonomických zájmů spotřebitelů;
- dozor nad trhem;
- posílení vymahatelnosti práva;
- spolupráce se spotřebitelskými organizacemi;
- vzdělávání a informovanost spotřebitelů, komunikace s veřejností.

⁶³ *Organizační struktura ministerstva průmyslu a obchodu platná k 1.5.2015* [online]. 5. května 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument157860.html>.

⁶⁴ *Usnesení Vlády České republiky ze dne 7. ledna 2015 č. 5 k návrhu Priorit spotřebitelské politiky 2015 - 2020* [online]. Praha: Vláda České republiky, 7. ledna 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: http://dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/priority-spotrebitelske-politiky.usneseni.pdf.

⁶⁵ *Priority spotřebitelské politiky 2015-2020* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z WWW: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/priority-spotrebitelske-politiky-2015-2020?typ=struktura>.

Ministerstvo průmyslu a obchodu vytváří koncepci tržního dozoru, která je založena na součinnosti následujících subjektů:⁶⁶

- státní dozorové organizace – sem spadají Česká obchodní inspekce (ČOI), orgány veterinární správy, Česká zemědělská a potravinářská inspekce (ČZPI), orgány ochrany veřejného zdraví, jakož i další specializované kontrolní a dozorové organizace;
- občanské spotřebitelské organizace – k těmto patří především Sdružení obrany spotřebitelů - Asociace, dTest, Spotřebitelský poradenský a informační servis (SPIS), Sdružení českých spotřebitelů, Centrum spotřebitelsko-podnikatelských vztahů a ochrany spotřebitele, Středisko ochrany spotřebitele, Sdružení ochrany spotřebitelů a pacientů, Sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele a Spotřebitelský poradní výbor

4.6.2 Státní dozorové organizace

V podmínkách České republiky je dozor v oblasti ochrany spotřebitele svěřen do gesce jedenácti hlavních orgánů, jež spadají pod správu Ministerstva průmyslu a obchodu, Ministerstva financí, Ministerstva vnitra a Ministerstva zdravotnictví. Dozor nad trhem je realizován čtyřmi inspekčními institucemi, mezi něž je rozdělena odpovědnost a spolupráce. Jedná se o Českou obchodní inspekci, dále o Českou zemědělskou a potravinářskou inspekci, o orgány ochrany veřejného zdraví a konečně i o orgány veterinární správy.

Česká obchodní inspekce

Činnost České obchodní inspekce vychází ze zákona ČNR č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů. Z něj vyplývá, že Česká obchodní inspekce spadá do působnosti Ministerstva průmyslu a obchodu, jehož je kontrolním orgánem. Česká obchodní inspekce je organizačně členěna na ústřední inspektorát a sedm jemu podřízených inspektorátů, které mají sídla v některých krajských městech (České Budějovice, Brno, Plzeň, Ústí nad Labem, Ostrava, Hradec Králové), respektive hlavním městě Praze. Provádí mimo jiné kontrolu a dohled nad fyzickými a právníckými osobami, jež prodávají či dodávají výrobky, zboží a poskytují služby na vnitřním trhu.⁶⁷

⁶⁶ HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2004, s. 25.

⁶⁷ *Česká obchodní inspekce: Působnost úřadu* [online]. Praha: Česká obchodní inspekce, © 2013. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/>.

Do náplně činnosti České obchodní inspekce nenáleží kontrola kvality potravin a pokrmů. Těmito produkty a službami se Česká obchodní inspekce zabývá toliko z hlediska poctivosti prodeje. Vedle toho se Česká obchodní inspekce zaměřuje i na prevenci. V pravidelných intervalech veřejnosti poskytuje informace o výsledcích prováděných kontrol a o své dozorové činnosti. Všechna pracoviště České obchodní inspekce poskytují spotřebitelům přímou pomoc skrze poradenskou činnost.⁶⁸ Dohled a kontrola je prováděna prostřednictvím inspektorů.

Státní veterinární správa

V rezortu zemědělství je orgánem státní správy Státní veterinární správa, která byla zřízena zákonem č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně některých souvisejících zákonů (veterinární zákon). Úkolem Státní veterinární správy je mimo jiné ochrana spotřebitelů před případnými zdravotně závadnými produkty živočišného původu, dále monitorování a udržování příznivé nakažové situace zvířat či veterinární ochrana státního území České republiky.⁶⁹ Soustava orgánů veterinární správy je tvořena následujícími subjekty:⁷⁰

- Ústřední veterinární správa Státní veterinární správy – má sídlo v Praze a její působnost se vztahuje na celé území České republiky;
- Městská veterinární správa v Praze Státní veterinární správy – vykonává působnost krajské veterinární správy na území hlavního města Prahy;
- krajské veterinární správy Státní veterinární správy pro jednotlivé kraje - vykonávají svoji působnost ve věcech veterinární péče na územích, jež jsou shodné s územím krajů.

Česká zemědělská a potravinářská inspekce

Česká zemědělská a potravinářská inspekce je v souladu se zákonem č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů koncipována jako organizační složka státu, jež spadá do přímé podřízenosti Ministerstva zemědělství. Je orgánem stát-

⁶⁸ *Česká obchodní inspekce: Působnost úřadu* [online]. Praha: Česká obchodní inspekce, © 2013. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/>.

⁶⁹ *Státní veterinární správa* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, © 2009-2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/>.

⁷⁰ *Organizační útvary Státní veterinární správy* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, © 2009-2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/org-utvary-svs/>.

ního dozoru, a to především nad zdravotní nezávadností, jakostí a řádným označováním potravin.⁷¹

Úkoly České zemědělské a potravinářské inspekce plní kontrolní pracovníci, kteří disponují příslušným písemným pověřením. To může být vydáno na základě vlastního rozhodnutí, dále na základě podnětu dalších orgánů státní správy, na základě stížnosti, na základě podnětu masových médií nebo na základě zjištění partnerských organizací působících v zahraničí. Kontroly, jež jsou prováděny s cílem chránit občany před zdravotně závadnými potravinami, před klamavě označenými potravinami, prošlým datem použitelnosti a kontroly podmínek výroby a prodeje, se cíleně zaměřují na komodity či místa, kde je možné předpokládat nejvíce nedostatků. Tyto kontroly jsou zabezpečovány dvěma laboratořemi České zemědělské a potravinářské inspekce. Vzhledem k tomu, že jsou akreditovány podle požadavků ČSN EN ISO/IEC 17025 národním akreditačním orgánem, splňují veškeré všeobecné podmínky pro činnost zkušebních laboratoří, které stanovují evropské normy. Vedle zajištění kontroly shora uvedených skutečností provádějí také mikrobiologické zkoušky potravin.⁷²

4.6.3 Občanské spotřebitelské organizace

Občanské spotřebitelské organizace fungují na bázi občanských sdružení, která vznikají podle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Smyslem těchto organizací je poskytovat veřejnosti informace o nebezpečných a rizikových výrobcích, včetně výrobků potravinářských. Pro tento účel využívají vlastní webové stránky, tiskoviny, osobní konzultace ve spotřebitelských poradnách, nejrůznější semináře a školení, jež jsou organizovány pro spotřebitele a jiné vhodné způsoby. K nejvýznamnějším takovým organizacím u nás patří Sdružení obrany spotřebitelů či dTest. Existuje jich však daleko více.

Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace

Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace navazuje na činnost Sdružení obrany spotřebitelů, které vzniklo v Ostravě dne 1. února 1993 původně pod názvem Morav-

⁷¹ *Vítejte!* [online]. Brno: Státní zemědělská a potravinářská inspekce, © 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/>.

⁷² *Laboratorní činnost SZPI* [online]. Brno: Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 14. července 2014. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1002172&docType=ART&nid=11360>.

skoslezské sdružení spotřebitelů (MSS). Toto sdružení bylo koncipováno jakožto nezávislá, nezisková a nepolitická organizace. Později se její sídlo přesunulo do Prahy a v roce 2010 muselo kvůli sporům svoji činnost ukončit. Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, které vyvíjí svoji činnost od roku 2003, sídlí v Brně a je nestátní neziskovou organizací, která byla založena za účelem pomáhat spotřebitelům a prosazovat jejich práva.⁷³

Činnost Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace je zaměřena do následujících oblastí:⁷⁴

- osobní, telefonické a internetové právní poradenství pro spotřebitele;
- provozování bezplatných právních poraden – zde je poskytováno osobní poradenství;
- příprava informačních brožur a letáků – tyto jsou k dispozici zdarma v osobních poradnách;
- participace na připomínkování zákonů;
- spolupráce s dozorovými orgány i dalšími organizacemi;
- pořádání školení pro podnikatele;
- pořádání besed pro spotřebitele;
- spolupráce s médii;
- kultivace spotřebitelsko-podnikatelské prostředí – sdružení realizuje program Garance ochrany spotřebitele (GOS);
- činnost ve Spotřebitelském poradním výboru při Ministerstvu průmyslu a obchodu.

dTest

Obecně prospěšná organizace dTest sídlící v Praze byla založena jako Občanské sdružení spotřebitelů TEST v roce 1992 novinářkou Idou Rozovou. Jedná se o neziskovou organizaci, která si klade za cíl poskytovat spotřebiteli komplexní spotřebitelský servis. Na webových stránkách této organizace je možné se dozvědět o její činnosti následující: „Na stránkách časopisu dTest, webových stránkách www.dtest.cz, prostřednictvím našich brožur i na poradenské lince publikujeme každý měsíc testy výrobků, srozumitelně přibližujeme práva spotřebitelů a povinnosti prodávajících či poskytovatelů služeb. Radíme, jak je aplikovat v běžném ži-

⁷³ MAZALOVÁ, Gerta. *Vítejte na stránkách Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace!* [online]. Brno: Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, © 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.asociace-sos.cz/o-nas-2/>.

⁷⁴ Viz tamtéž.

votě a na co si dávat pozor. Naše srovnávače a kalkulačky usnadňují spotřebitelům například výběr mobilního tarifu, radí se spořením či energiemi. Varujeme také před nebezpečnými výrobky díky neustále aktualizované databázi upozorňujeme na klamavé praktiky podnikatelů, vzděláváme podnikatele i spotřebitele.“⁷⁵

Další občanské spotřebitelské organizace

K dalším občanským spotřebitelským organizacím patří:

- Spotřebitelský poradenský a informační servis (SPIS) – cíle této organizace je prosazování a obhajoba zájmů a práv spotřebitelů, mimo jiné i bezpečnost potravin;
- Sdružení českých spotřebitelů – vzniklo v roce 1990 a je tak nejdéle působící nevládní organizací v oblasti ochrany spotřebitelských zájmů u nás;
- Centrum spotřebitelsko-podnikatelských vztahů a ochrany spotřebitele – působí v Třebíči;
- Středisko ochrany spotřebitele – působí v Nymburku;
- Sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele – vyvíjí činnost v Praze;
- Sdružení ochrany spotřebitelů a pacientů – působí v Hradci Králové;
- Asociace občanských poraden – byla založena v roce 1997 jako Sdružení pro vybudování sítě občanských poraden. V současnosti se zaměřuje na nezávislé, odborné, nestranné a bezplatné sociálně odborné poradenství v 18 právních oblastech, včetně ochrany spotřebitele, a dále upozorňuje příslušné státní a místní orgány na nedostatky legislativy a na neřešené problémy občanů.⁷⁶

⁷⁵ *O dTestu* [online]. Praha: dTest, o.p.s., nedatováno. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>.

⁷⁶ *Asociace občanských poraden* [online]. Praha: Asociace občanských poraden, © 2010. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.obcanskeporadny.cz/>.

5 Praktická část a výsledky práce

V souvislosti se zpracováním této bakalářské práce bylo provedeno i průzkumné šetření, jehož smyslem bylo zjistit, jakým způsobem vnímají ochranu spotřebitele obě proti sobě stojící strany – na jedné straně výrobci a distributoři, na straně druhé spotřebitelé. Z uvedeného je zřejmé, že průzkumné šetření mělo v podstatě dvě relativně samostatné části, přičemž respondenty jeho první části byli spotřebitelé, ve druhé části pak byli respondenty výrobci a distributoři potravin.

5.1 Cíl průzkumného šetření a hypotézy

Realizované průzkumné šetření si kladlo za cíl zjistit, jaké jsou názory spotřebitelů a výrobců a distributorů na ochranu spotřebitele v potravinářském resortu a v případě spotřebitelů též identifikovat, jaké jsou vědomosti spotřebitelů v této oblasti. Tyto vědomosti lze totiž považovat za nezbytný předpoklad účinného uplatňování práv spotřebitele.

Vzhledem ke stanovenému cíli je patrné, že k jeho naplnění je nezbytné získat data pokud možno od co největšího počtu respondentů, a to jak z řad spotřebitelů, tak i z řad výrobců a distributorů potravin. Proto bylo rozhodnuto průzkumné šetření uskutečnit jako kvantitativní. V návaznosti na toto rozhodnutí byly na základě teoretických poznatků uvedených v první části této práce formulovány níže uvedené hypotézy:

- Hypotéza 1:** Více než 60 % spotřebitelů při koupi potravinářských výrobků kontroluje, zda výrobek obsahuje informace stanovené zákonem.
- Hypotéza 2:** Více než 60 % spotřebitelů při koupi potravinářských výrobků odradí absence některé či všech informací stanovených zákonem.
- Hypotéza 3:** Pro více než 60 % spotřebitelů má při koupi potravin význam místo jejich produkce (sklizeně či výroby).
- Hypotéza 4:** Více než 60 % spotřebitelů zná alespoň polovinu práv spotřebitele.
- Hypotéza 5:** Více než 60 % spotřebitelů zná alespoň polovinu povinností spotřebitele.
- Hypotéza 6:** Více než 60 % spotřebitelů zná alespoň polovinu institucí na ochranu spotřebitele.

Hypotéza 7: S více než 30 % dotazovaných firem bylo v minulosti vedeno řízení ve věci porušení právních předpisů na ochranu spotřebitele týkající se vyráběných či distribuovaných potravin.

Hypotéza 8: Více než 60 % dotazovaných firem je pojištěno pro případ, že v důsledku porušení právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele způsobí škodu.

Hypotéza 9: Více než 60 % dotazovaných firem má snahu dostát všem svým povinnostem ve vztahu k právním předpisům v oblasti tzv. potravinového práva.

Hypotéza 10: Více než 60 % dotazovaných firem zastává názor, že předpisy v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele jsou u nás příliš přísné.

5.2 Charakteristika použitých metod

Z metod kvantitativního průzkumu byla pro sběr dat zvolena metoda dotazníku. Dotazník je možno vymezit jako „... soubor písemných záměrných otázek, sledujících poznání zcela určitých jevů (společenských, duševních apod.) v určitém souboru osob nebo určité osoby...“.⁷⁷ Jinými slovy vyjádřeno, dotazník je možno charakterizovat jako sled otázek a zpravidla i nabízených odpovědí, které jsou respondentovi pokládány s cílem dozvědět se o určitém jevu relevantní informace.

Za základ dotazníku je tak možno považovat otázky. Ty mohou být v závislosti na své otevřenosti následující:⁷⁸

- Uzavřené – tyto otázky respondentům předkládají varianty hotových alternativních odpovědí. Úkolem respondentů pak je, aby vybrali příslušnou odpověď a tuto určeným způsobem označili. Vyhodnocování těchto otázek se pak děje tak, že je posléze zjišťováno, kolikrát respondenti odpověděli na každou z nabízených alternativ. V dotaznících, které byly použity pro sběr dat, byla využita řada uzavřených otázek, přičemž varianty odpovědí byly z velké části tvořeny formulacemi podle tzv. Likertovy škály. Tato škála vedle polaritý postoje respondenta vyjadřuje rovněž jeho intenzitu. Výhodou uzavřených otázek je, že se dobře vyhodnocují. Nevýhodou pak je, že

⁷⁷ GEIST, Bohumil. *Sociologický slovník*. Praha: Victoria Publishing, 1992, s. 70.

⁷⁸ GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výskumu*. 4., rozš. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2008, s. 125 až 128.

nabízené varianty odpovědí nemusí vždy komplexně pokrývat zkoumanou realitu.

- Polouzavřené – u nich je respondentovi poskytnuta možnost, aby se kromě označení některé z alternativních odpovědí volně k položené otázce vyjádřil. Tyto otázky byly zařazeny do dotazníku pro výrobce a distributory potravin.
- Otevřené – tyto otázky pouze respondenta nasměřují na určitý problém, přičemž se musí vyjádřit sám dle svého uvážení, neboť mu nejsou nabídnuty odpovědi na pokládanou otázku. Otevřené otázky respondenty nijak neomezují, avšak na druhou stranu některým z nich může činit potíže formulovat svoji odpověď. Kromě toho jsou tyto otázky obtížnější na vyhodnocování.

Samotnému sběru dat předcházela v prvním týdnu měsíce března 2015 tzv. pilotáž (nebo také předvýzkum). Smyslem pilotáže bylo jednak ověřit formulaci otázek a odpovědí v dotaznících, jednak zjistit srozumitelnost dotazníků pro respondenty. Zkušenosti z pilotáže pak vedly k tomu, že původní znění dotazníků bylo částečně přeformulováno. Výsledné dotazníky tak byl pro respondenty srozumitelnější. Finální verze dotazníků byly předloženy respondentům k vyplnění během druhé poloviny měsíce dubna 2015. Sebraná data byla zpravována v první dekádě měsíce května 2015. Pro zpracování dat bylo použito běžných statistických metod, zejména pak výpočet absolutních a relativních četností.

5.3 Výběrový soubor respondentů

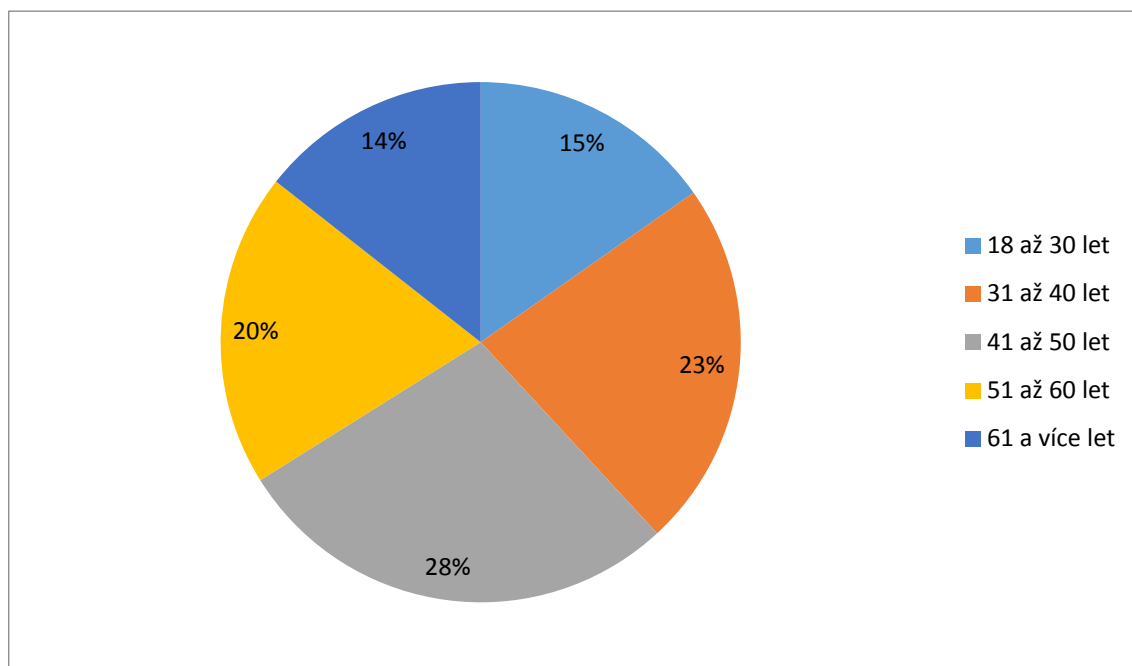
Již dříve bylo zmíněno, že výběrový soubor respondentů je možno rozdělit na dvě samostatné části – na respondenty z řad spotřebitelů a respondenty z řad výrobců a distributorů potravinářských výrobků.

5.3.1 Spotřebitelé

Dotazník pro respondenty z řad spotřebitelů byl předložen k vyplnění celkem 150 osobám, a to na teritoriu Jihomoravského kraje. Z uvedeného počtu se vrátilo 118 dotazníků zpět, přičemž všechny z nich byly vhodné pro vyhodnocování. Návratnost dotazníků tak činila 78,67 %, což je údaj přesahující minimální míru návratnosti stanovenou pro tento počet respondentů (tato činí 75 %).

Pro charakteristiku respondentů z řad spotřebitelů byly použity čtyři socio-demografické údaje – pohlaví, věk, bydliště a nejvyšší dosažené vzdělání. Ve vztahu k pohlaví respondentů je možno uvést, že jejich zastoupení ve výběrovém souboru spotřebitelů bylo přibližně rovnoměrné. Žen v něm bylo 60 (50,85 %), zatímco mužů bylo 58 (49,15 %). Zastoupení obou pohlaví ve výběrovém souboru spotřebitelů tak odpovídalo výskytu obou pohlaví v rámci populace.

Dalším parametrem, který byl o respondentech z řad spotřebitelů zjišťován, byl jejich věk. Na tu se dotazovala otevřená otázka, která zněla: „Jaký je Váš věk? Uveďte:“. Z odpovědí na tuto otázku vyplynulo, že nejmladšímu respondentovi bylo 18 let, nejstaršímu pak 67 let. Průměrný věk spotřebitelů, kteří se zúčastnili průzkumného šetření, byl 38,6 roku. Pro bližší představu o složení výběrového souboru spotřebitelů z hlediska věku byly odpovědi k této otázce zaříděny do několika věkových kategorií: 18 až 30 let, 31 až 40 let, 41 až 50 let, 51 až 60 let a 61 a více let. Složení výběrového souboru dle tohoto kritéria pak ukazuje graf na obrázku 1.

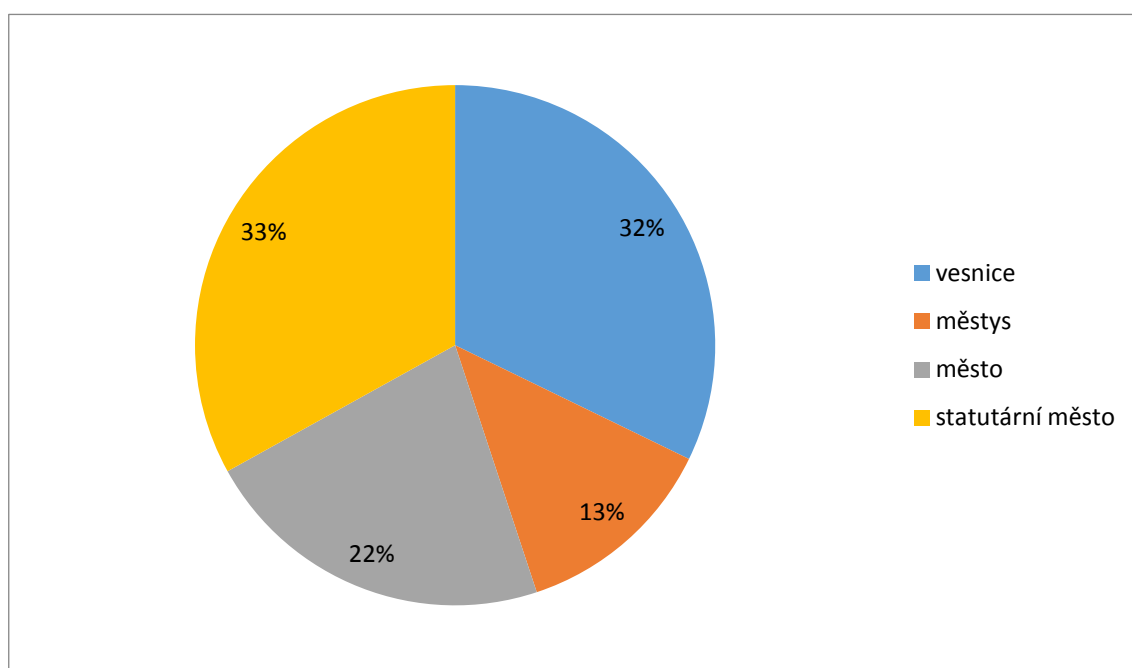


Obr. 1 Složení výběrového souboru spotřebitelů dle věkových kategorií

Z grafu na obrázku 1 je zřejmé, že nejvíce respondentů – 33 (v relativním vyjádření 27,97 %) – bylo z věkové kategorie 41 až 50 let. Druhou nejpočetnější byla věková kategorie 31 až 40 let. Respondentů v tomto věku bylo 27 (22,88 %). Ve věku od 51 do 60 let bylo 23 dotazovaných spotřebitelů (19,49 %), ve věku od 18 do 30 let

pak 18 respondentů - spotřebitelů (15,25 %). Vůbec nejméně – 17 (14,41 %) – bylo respondentů ve věku nad 61 let.

Na otázku, jež se respondentů dotazovala na jejich bydliště, bylo možno odpovědět za využití čtyř odpovědí: vesnice, městys, město a statutární město. Původně byla tato otázka formulována zcela jinak, přičemž zněla: „Jak velké je místo, kde bydlíte?“, přičemž respondenti měli na výběr z několika rozpětí počtu obyvatel v místě bydliště. Během pilotáže však bylo zjištěno, že větší část respondentů nebyla schopna uvést, kolik obyvatel má obec, kde bydlí, proto byla otázka zcela přeformulována způsobem, který byl uveden výše. Složení výběrového souboru spotřebitelů podle bydliště je uvedeno v grafu na obrázku 2.

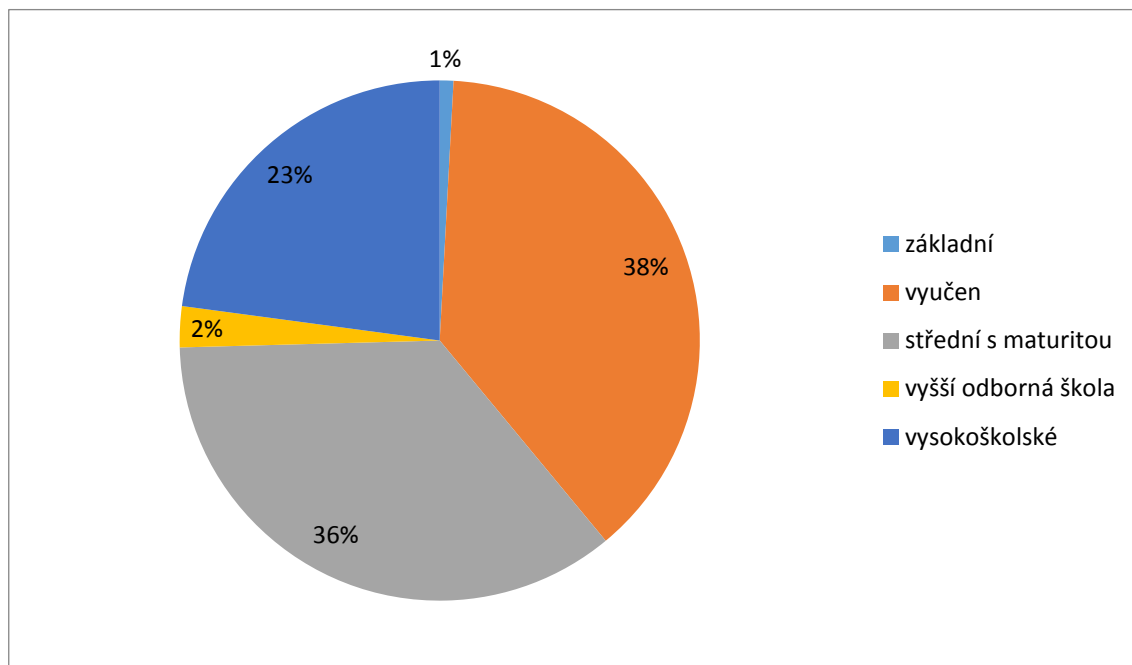


Obr. 2 Složení výběrového souboru spotřebitelů podle kritéria bydliště

Nejvíce respondentů – 39 (33,05 %) – bylo ze statutárního města. Lze předpokládat, že se jednalo o Brňany. Druhou nejpočetnější skupinou respondentů-spotřebitelů byli obyvatelé vesnic. Těchto bylo 38 (32,20 %). Z měst bylo celkem 26 respondentů (22,03 %). Nejméně byli ve výběrovém souboru spotřebitelů zastoupeni obyvatelé městysů, jichž v něm bylo 15 (12,71 %).

Poslední sociodemografickou charakteristikou zjišťovanou o respondentech z řad spotřebitelů bylo jejich nejvyšší dosažené vzdělání. Otázka č. 4, která se jich na tuto skutečnost dotazovala, byla formulována jako uzavřená a respondenti na ni mohli odpovídat za využití pěti odpovědí: základní, vyučen, střední s maturitou,

vyšší odborná škola a vysokoškolské. Výskyt jednotlivých těchto odpovědí je zřejmý z grafu na obrázku 3.



Obr. 3 Složení výběrového souboru spotřebitelů podle kritéria nejvyššího dosaženého vzdělání

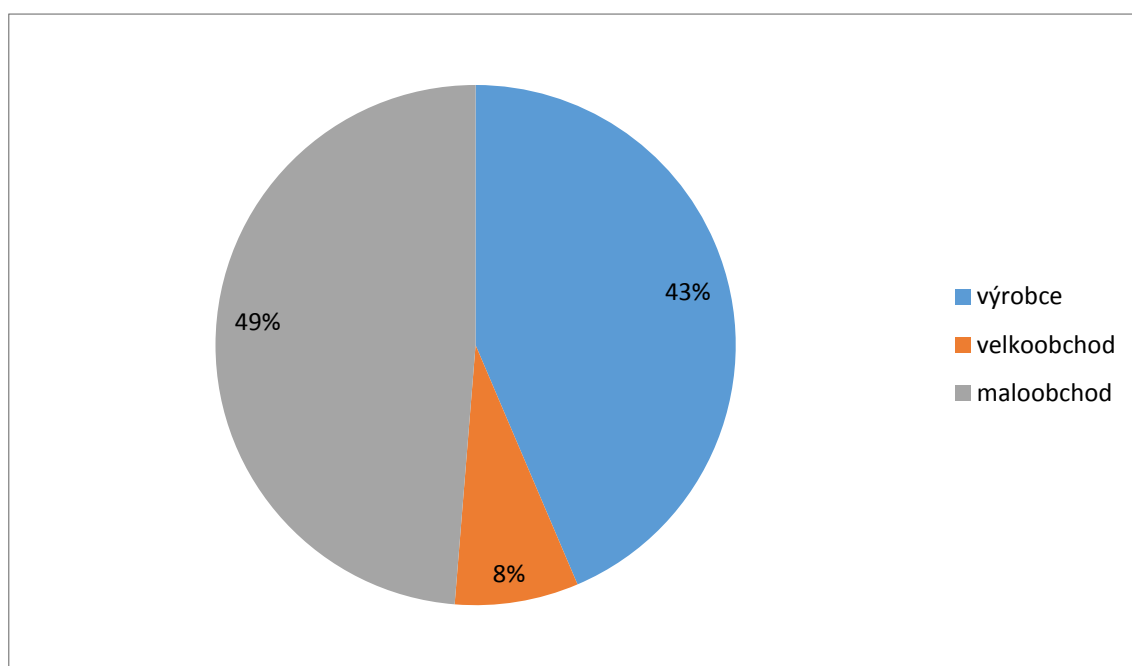
Z tohoto grafu je evidentní, že nejvíce byli ve výběrovém souboru zastoupení vyučení spotřebitelé, jichž bylo 45 (38,14 %). O něco méně bylo respondentů se středním vzděláním s maturitou, a to 42 (35,59 %). Ve větší míře byli ve výběrovém souboru zastoupeni také spotřebitelé s vysokoškolským vzděláním. Tohoto vzdělání dosáhlo 27 respondentů (22,88 %). Vyšší odbornou školu absolvovali 3 dotazovaní spotřebitelé (2,54 %). Jeden respondent (0,85 %) absolvoval pouze základní školu.

5.3.2 Výrobci a distributoři potravin

Dotazník pro respondenty z řad výrobců a distributorů potravin byl předložen k vyplnění celkem 50 osobám, které zastupovaly podnikatelské subjekty vyvíjející svoji činnost na teritoriu Jihomoravského kraje. Jednalo se jak o podnikatelské subjekty s celostátní působností, tak i o podnikatelské subjekty lokální. Z uvedeného počtu se vrátilo 39 dotazníků zpět, přičemž všechny z nich byly vhodné pro vyhodnocování. Návratnost dotazníků tak činila 78 %, což je údaj přesahující minimální

míru návratnosti stanovenou pro tento počet respondentů (tato činí alespoň 75 %).

Pro charakteristiku respondentů z řad výrobců a distributorů potravin byly zjišťovány dva údaje – postavení podnikatelského subjektu v distribučním řetězci a velikost podnikatelského subjektu podle počtu zaměstnanců. První uvedený údaj byl u respondentů zjišťován prostřednictvím otázky „Jaké je Vaše postavení v distribučním řetězci?“. Na uvedenou otázku bylo možno odpovídat za využití tří odpovědí: výrobce, velkoobchod a maloobchod. Složení výběrového souboru podle tohoto kritéria je uvedeno v grafu na obrázku 4.

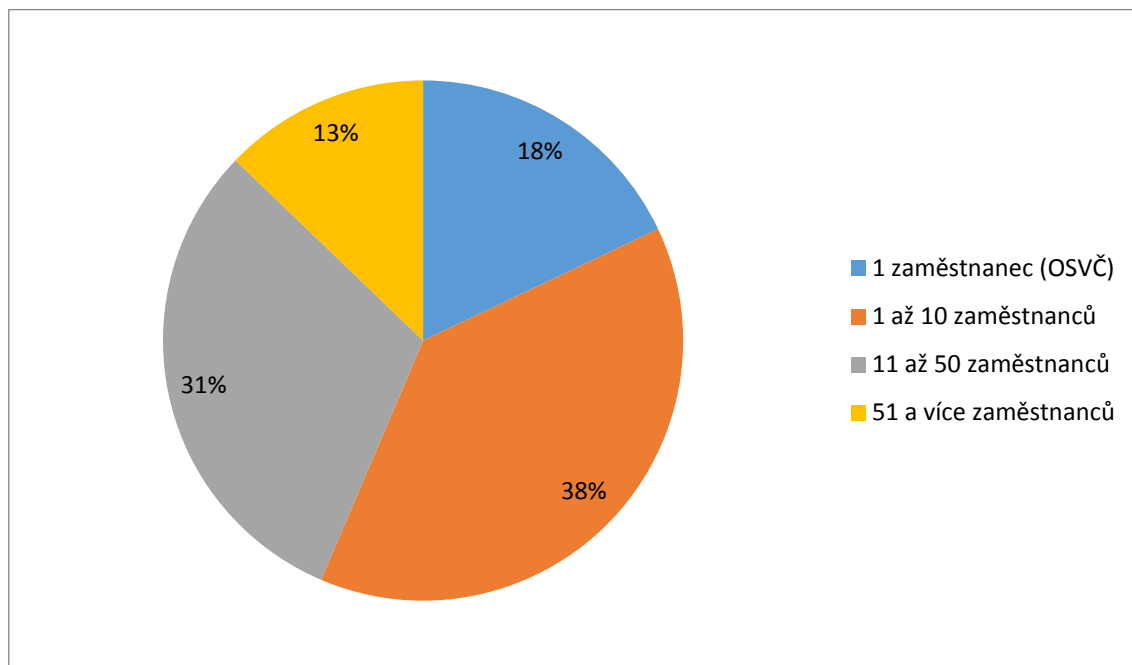


Obr. 4 Složení výběrového souboru výrobců a distributorů podle kritéria postavení v distribučním řetězci

Pohled na graf na obrázku 4 prozrazuje, že ve výběrovém souboru výrobců a distributorů byli nejvíce zastoupeni zástupci maloobchodu, kterých bylo 19 (48,72 %). O něco méně – 17 respondentů (43,59 %) – bylo zástupců výrobců potravin. Zástupci velkoobchodu byli 3 (7,69 %).

Pokud se týkalo velikosti podnikatelského subjektu z potravinářského sektoru, tato byla posuzována podle počtu zaměstnanců. Na otázku znění „Kolik má Vaše firma zaměstnanců?“ bylo možno odpovídat za využití následujících odpovědí: jednoho (OSVČ), od 1 do 10, od 11 do 50 a 51 a více. Složení výběrového souboru vý-

robců a distributorů podle kritéria velikosti podnikatelského subjektu přináší graf na obrázku 5.



Obr. 5 Složení výběrového souboru výrobců a distributorů podle kritéria postavení v distribučním řetězci

Nejvíce byli ve výběrovém souboru výrobců a distributorů potravin zastoupeni respondenti z firem, které zaměstnávají od jednoho do desíti zaměstnanců. Těchto respondentů bylo 15 (38,46 %). Druhou nejpočetnější skupinou byli respondenti z firem o jedenácti až padesáti zaměstnancích. Takových respondentů v něm bylo 12 (30,77 %). Osoby samostatně výdělečně činné (dále také „OSVČ“) byly ve výběrovém souboru zastoupeny sedmi respondenty (17,95 %). Nejméně byly ve výběrovém souboru respondenti z firem, které mají 51 a více zaměstnanců. Z takových firem bylo ve výběrovém souboru 5 dotazovaných (12,82 %).

5.4 Výsledky průzkumného šetření

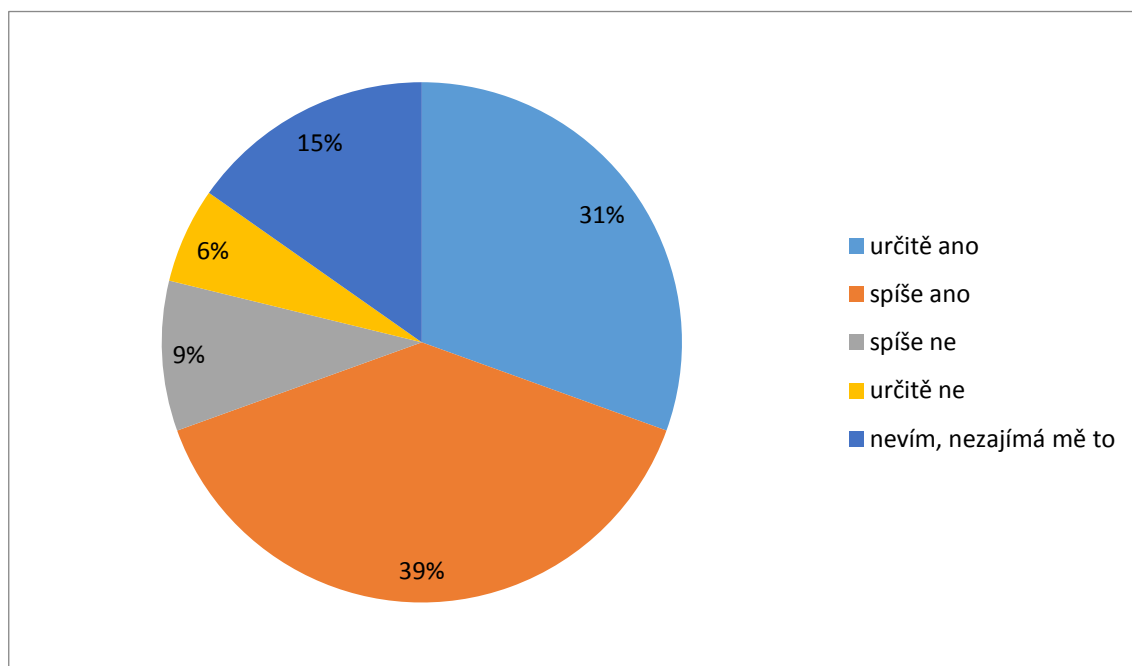
V této části kapitoly budou prezentovány výsledky průzkumného šetření. Bude tak učiněno po obou skupinách respondentů – spotřebitelích a výrobcích a distributorech.

5.4.1 Spotřebitelé

Výsledky průzkumného šetření budou rozebrány podle jednotlivých otázek dotazníku. Provedená analýza pak bude základem pro následnou verifikaci hypotéz uvedených v kapitole 5.1 této práce.

Kontrola povinných informací o potravinách spotřebiteli

Jednou ze živě diskutovaných otázek v souvislosti s potravinami jsou v současnosti některé informace o potravinách. Vzhledem k této skutečnosti zákon stanovuje, jaké informace by měli potravinářské výrobky obsahovat např. informace o datu spotřeby, o obsažených alergenech, váze surovin, a to v českém jazyce. Proto bylo u respondentů z řad spotřebitelů zjišťováno, zda tyto zákonem, předepsané informace při koupi těchto výrobků kontrolují. Na příslušnou otázku mohli respondenti odpovídat prostřednictvím tzv. Likertovy škály, která měla v tomto případě následující znění: určitě ano, spíše ano, spíše ne, určitě ne a nevím, nezajímá mě to. četnosti jednotlivých těchto odpovědí jsou zřejmé z grafu na obrázku 6.



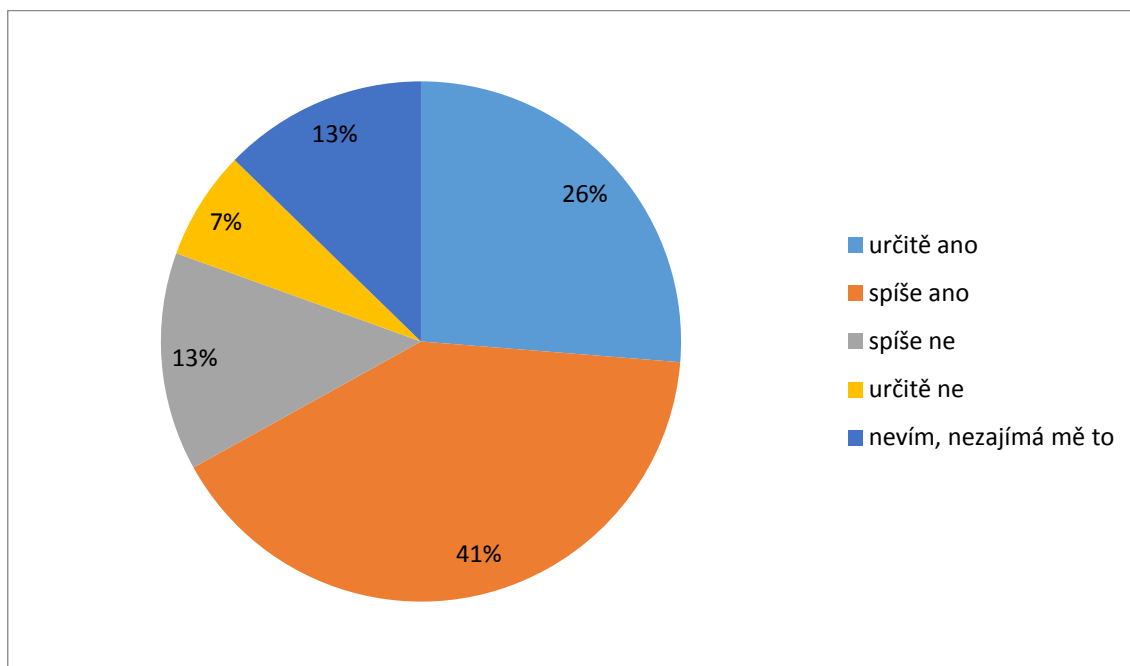
Obr. 6 Kontrola informací o potravinách spotřebiteli

Výsledky průzkumného šetření ukázaly, že přibližně dvě pětiny spotřebitelů (v absolutním vyjádření 46, v relativním vyjádření 38,98 %) při nákupu potravin spíše kontrolují, zda obsahují informace stanovené zákonem. Necelá jedna třetina spotřebitelů pak tyto informace určitě kontroluje. Respondentů, kteří u této otázky

zatrhli odpověď znění „určitě ano“, bylo 36 (30,51 %). Nejvíce kontrolují tyto údaje osoby s vysokoškolským vzděláním a osoby ve věku nad 61 let. Spíše zákonem stanovené informace nekontroluje cca každý desátý dotazovaný spotřebitel, tzn. 11 respondentů (9,32 %). Určitě je pak nekontroluje 7 respondentů (5,93 %). Poměrně velký počet dotazovaných spotřebitelů zatrhlo odpověď znění „nevím, nezajímá mě to“. Tato odpověď se u této otázky vyskytla u 18 respondentů (15,25 %). U těchto respondentů, stejně jako u respondentů, kteří se nezajímají o informace o výrobcích stanovené zákonem, je možno vyslovit domněnku, že nejsou s to docenit, jaký význam tyto informace pro ně mají.

Vliv absence zákonných údajů na koupi výrobku

Následující otázka v dotazníku se zaměřila na to, jaký vliv má absence zákonem stanovených údajů na potravinářském výrobku na jejich koupi spotřebitelem. Tato otázka zněla následovně: „Jestliže při koupi potravin některá či všechny z informací stanovených zákonem ... chybí, odradí Vás to od koupě takového výrobku?“. Na tuto otázku mohli respondenti odpovídat za využití Likertovy škály, která byla shodná s předchozí otázkou. Četnosti jednotlivých odpovědí jsou v grafické podobě zachyceny v grafu na obrázku 7.

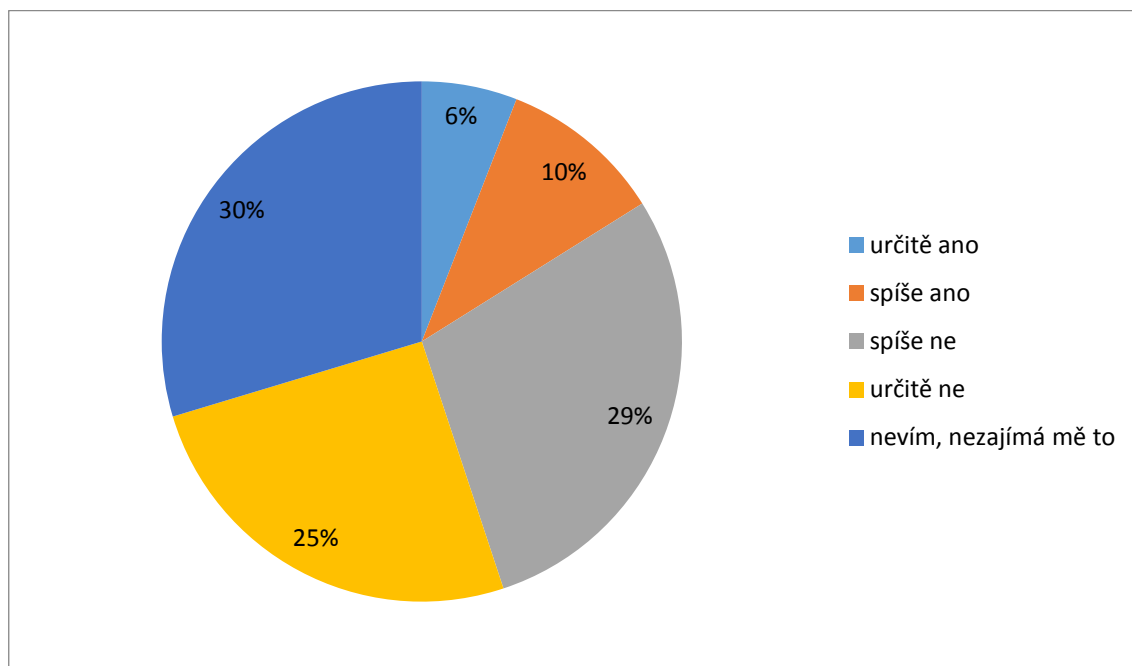


Obr. 7 Vliv absence zákonných údajů na koupi výrobku

Absence zákonem stanovených údajů na potravinářském výrobku by určitě odradila od jeho koupě 31 dotazovaných spotřebitelů (26,27 %). Spíše by tato skutečnost odradila 48 respondentů (40,68 %). Obě tyto odpovědi se opět více vyskytovaly u vysokoškolsky vzdělaných respondentů a u respondentů ve věkové kategorii 61 a více let. Uvedená skutečnost by spíše neodradila od koupě výrobku 16 respondentů, kteří se zúčastnili průzkumného šetření (13,56 %). Určitě by neměla taková absence vliv na rozhodování o koupi u 8 respondentů (6,78 %). Zbýlých 15 dotazovaných spotřebitelů (12,71 %) dalo svojí odpověď najevo, že se nejsou schopni k tomuto problému vyjádřit či že je tento problém nezajímá.

Zájem spotřebitelů o obsah alergenů v potravinách

Otázka č. 7 se spotřebitelů dotazovala, zda se při koupi potravin či jídla v restauraci apod. zajímají o obsah alergenů v nich. Na tuto otázku mohli respondenti opět odpovědět prostřednictvím odpovědí založených na Likertově škále, které jsou shodné s variantami odpovědí nabízených u předchozích dvou otázek. Četnosti těchto odpovědí zachycuje graf na obrázku 8.

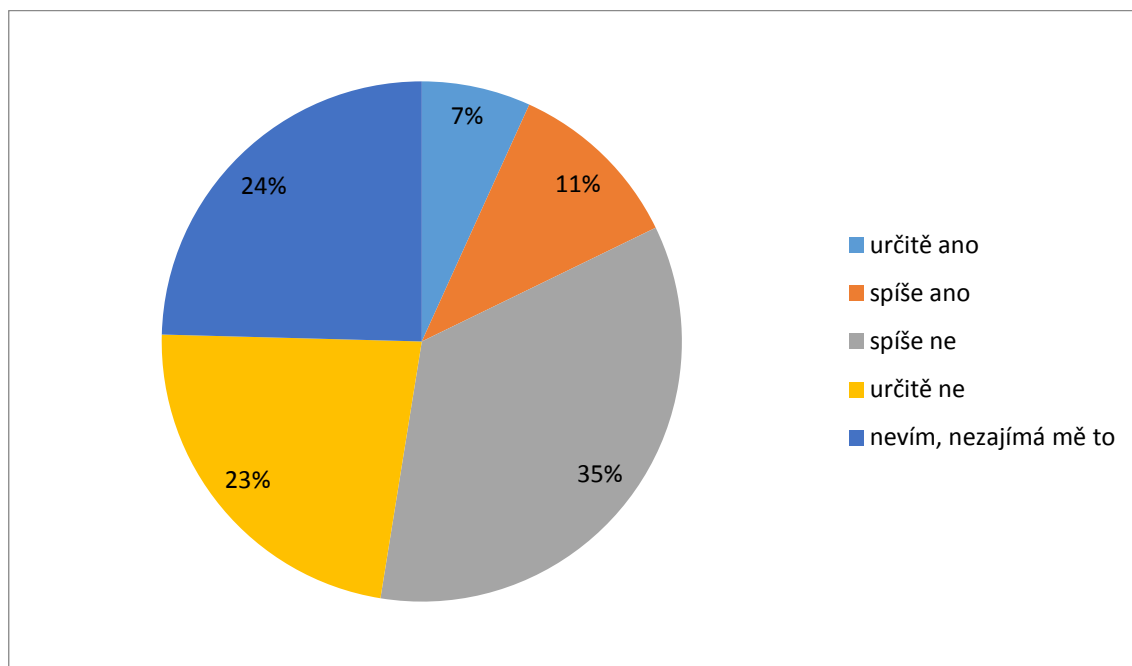


Obr. 8 Zájem spotřebitelů o obsah alergenů v potravinách

Z tohoto grafu lze vyčíst, že se respondenti o obsah alergenů v potravinách příliš nezajímají. Určitě se o jejich obsah zajímá pouze 7 dotazovaných spotřebitelů (5,93 %) a spíše 12 respondentů (10,17 %). Jednalo se hlavně o ženy a o respondenty ve věku 61 a více let. V případě žen lze toto zjištění vysvětlit tím, že v porovnání s muži více dbají o své zdraví a životosprávu, v případě seniorů je možno na vysvětlenou uvést domněnku, že se u nich na tomto zájmu podepisuje jejich zdravotní stav, který je nutí více pečovat o své zdraví. Spíše se o obsah alergenů v potravinách nezajímá 34 dotazovaných spotřebitelů (28,81 %), a určitě se o tuto skutečnost nezajímá 30 respondentů (25,42 %). Netečný postoj k této otázce, který byl reprezentován odpovědí „nevím, nezajímá mě to“ zaujalo 35 spotřebitelů, kteří se zúčastnili průzkumného šetření (29,66 %). Do této skupiny spadali především muži a respondenti ve věku do 30 let.

Vliv výskytu neobvyklých alergenů na koupi potravin

Obdobných výsledků, jako tomu bylo u předchozí otázky, bylo dosaženo i o otázky, jež se respondentů dotazovala na to, zda je při nákupu potravin nebo jídel v restauraci či při jiné obdobné příležitosti odradí výskyt alergenů, které by se v nich neměly objevit. Nabízené odpovědi byly identické jako u předchozích otázek, přičemž četnosti jednotlivých z nich jsou patrné z grafu na obrázku 9.

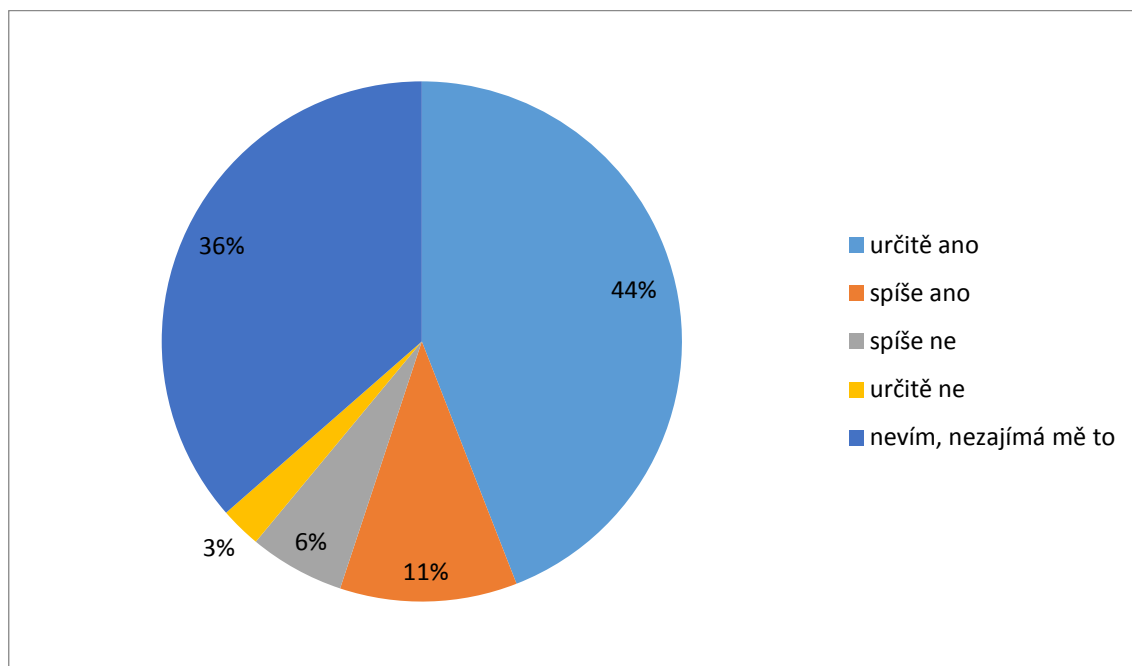


Obr. 9 Vliv výskytu neobvyklých alergenů na koupi potravin

Výskyt neobvyklých alergenů v potravinách či v jídle určitě odradí od jejich koupě 8 dotazovaných spotřebitelů (6,78 %), dalších 13 respondentů (11,02 %) tato skutečnost odradí spíše. Stejně jako u předchozí otázky se jednalo především o ženy a o respondenty ve věku 61 a více let. Zmíněná skutečnost spíše neodradí od koupě potravin či jídel 41 oslovených spotřebitelů (34,75 %) a určitě neodradí 27 respondentů (22,88 %). Přibližně čtvrtinu respondentů (v absolutním vyjádření 29, tj. 24,58 %) nastíněný problém nezajímá či o něm neví. I v tomto případě se jednalo především o muže a dále o jedince vyučené a o jediného respondenta se základním vzděláním.

Povědomí o vyobrazení doporučeného servírování na obalu pokrmu

Otázka č. 9 se respondentů dotazovala na to, zda jsou si vědomi skutečnosti, že na obalu s vyobrazeným pokrmem je nezřídka pouze „doporučené servírování“, jinými slovy vyjádřeno, že balení kromě pokrmu neobsahuje další zde vyobrazené věci. I na tuto otázku mohli respondenti odpovídat prostřednictvím variant odpovědí podle Likertovy škály. Výsledky průzkumného šetření k této otázce jsou zachyceny v názorné podobě v grafu na obrázku 10.



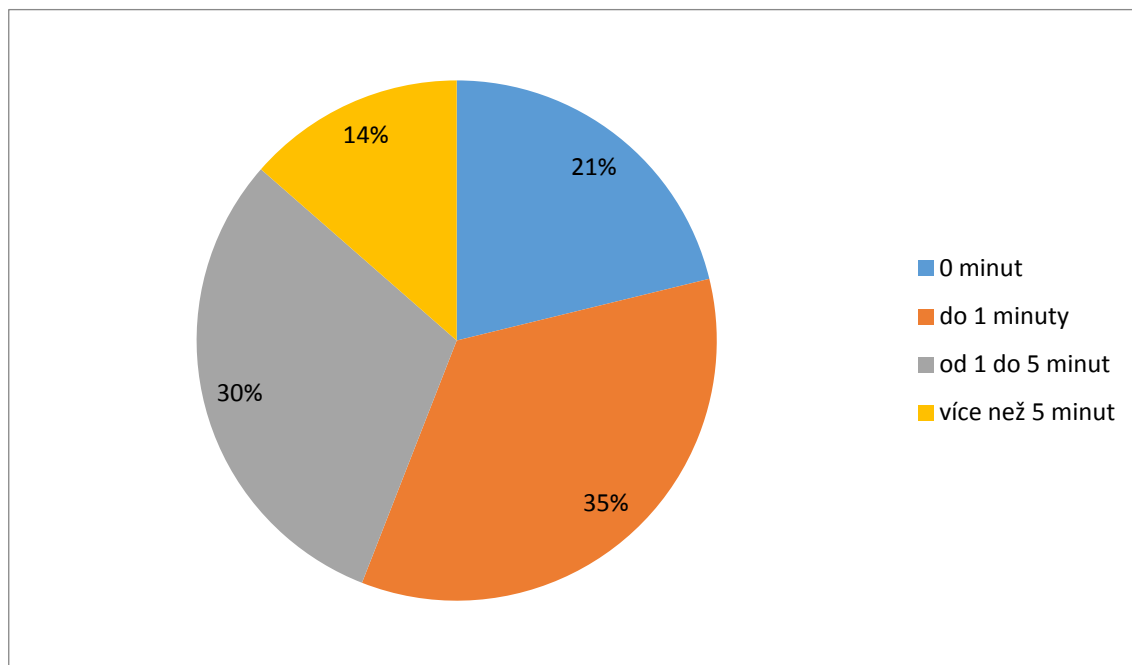
Obr. 10 Povědomí o vyobrazení doporučeného servírování na obalu pokrmu

Z grafu na obrázku 10 je zřejmé, že více než polovina respondentů má povědomí o tom, že na obalu s vyobrazeným pokrmem je často pouze „doporučené servírování“. Určitě ano má o této skutečnosti povědomí 52 respondentů (44,07 %), spíše ano pak 13 dotazovaných spotřebitelů (11,02 %). O zmíněné skutečnosti naopak povědomí nemá celkem 10 respondentů. Z uvedeného počtu jich 7 (5,93 %) toto povědomí spíše nemá, další 3 dotazovaní spotřebitelé (2,54 %) pak určitě nemá. Více než jedna třetina oslovených spotřebitelů (43, tj. 36,44 %) se o tuto skutečnost nezajímá nebo se k ní není schopna vyjádřit. Do skupiny těchto respondentů náleželi především ti, kteří se nezajímali i o ostatní výše rozebírané problémy. Z toho lze dovodit, že mezi spotřebiteli existuje skupina takových, kteří se při nákupu potravin zajímají minimálně o to, co kupují. Rozhodující je pro ně patrně zboží, které shánějí a pak nejspíš jeho cena. Naznačená skutečnost by mohla být předmětem dalšího průzkumu.

Čas průměrně věnovaný při nákupu studiu informací o potravinách

O zájmu respondentů dozvědět se o nakupovaných potravinách více informací svědčí výsledky průzkumného šetření k otázce, kolik času při koupi potravin věnují během nákupu prostudování informací o těchto produktech. Jednalo se o otázku otevřenou. Vzhledem k této skutečnosti byly časové údaje uváděné respondenty rozčleněny do následujících skupin: 0 minut, do 1 minuty, od 1 do 5 minut a více

než 5 minut. Jak dotazovaní spotřebitelé k této otázce odpovídali, to je zachyceno v grafu na obrázku 11.



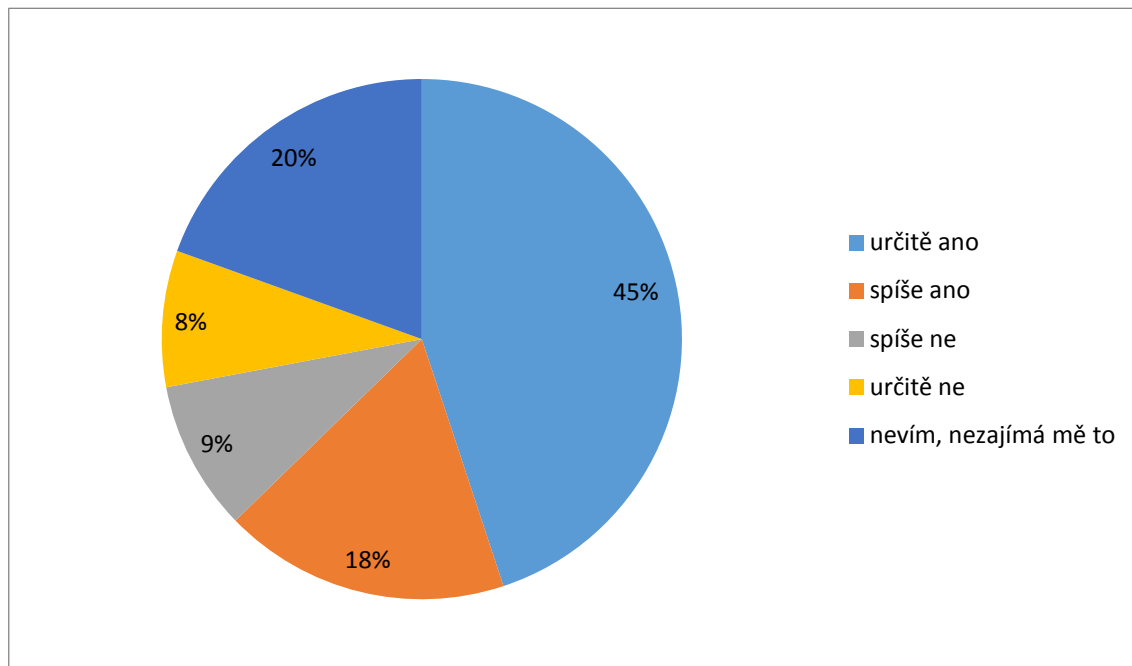
Obr. 11 Čas průměrně věnovaný při nákupu studiu informací o potravinách

Podle výsledků průzkumného šetření cca pětina respondentů (v absolutních počtech 25, respektive 21,19 %) při koupi potravin nevěnuje během nákupu žádný čas prostudování informací o těchto produktech. Jednalo se vždy o respondenty, kteří k předchozím otázkám uváděli, že je zkoumané problémy nezajímají nebo o respondenty, kteří se nebyli k danému problému schopni vyjádřit. Nejvíce dotazovaných spotřebitelů věnuje studiu informací o potravinách do jedné minuty. Těchto spotřebitelů bylo 41 (34,75 %). Dalších 36 respondentů (30,51 %) se zabývá studiem těchto informací od jedné do pěti minut. Nad pět minut trvá takové studium 16 dotazovaným spotřebitelům (13,56 %). Zde se jednalo zejména o seniory a o ženy.

Význam místa produkce potravin pro respondenty při jejich koupi

Zejména obchodníci v maloobchodě při prodeji potravin mají tendenci po některých aférách s dovezenými potravinami zdůrazňovat, že prodávají potraviny původem z České republiky. Proto byla do dotazníku zařazena otázka, která u respondentů zjišťovala, zda tato skutečnost má pro ně význam z hlediska rozhodování se o koupi či nikoliv. Příslušná otázka měla následující znění: „Má pro Vás při koupi

potravin význam místo jejich produkce (sklizně či výroby)?“. Na tuto otázku mohli respondenti odpovídat opět za využití odpovědí znění: určitě ano, spíše ano, spíše ne, určitě ne a nevím, nezajímá mě to. Výsledky průzkumného šetření k této otázce přináší graf na obrázku 12.

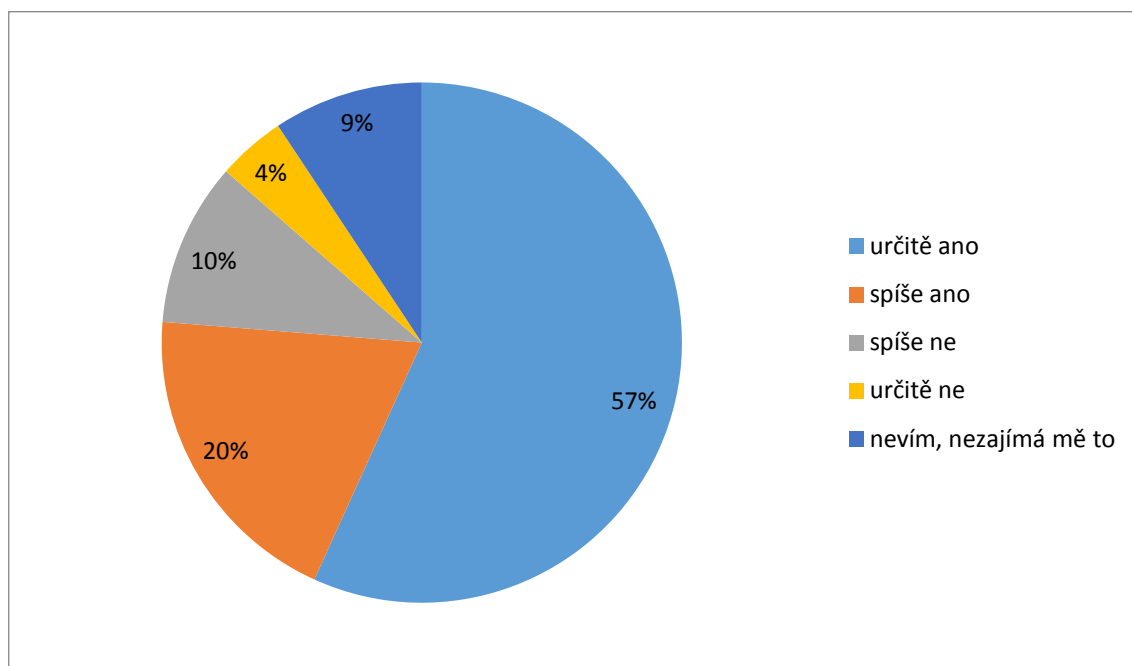


Obr. 12 Význam místa produkce potravin pro respondenty při jejich koupi

Průzkumné šetření ukázalo, že pro zhruba tři pětiny dotazovaných spotřebitelů má místo produkce potravin význam z hlediska jejich rozhodování o koupi, přičemž 53 respondentů (44,92 %) k této otázce zadrželo odpověď znění „určitě ano“, dalších 21 oslovených spotřebitelů (17,80 %) odpověď „spíše ano“. Tímto způsobem odpovídali především senioři, ženy a osoby se středoškolským vzděláním s maturitou a se vzděláním vysokoškolským. Další cca pětina respondentů naopak ve svých odpovědích uvedla, že předmětná skutečnost pro ně význam nemá. Odpověď znění „spíše ne“ k této otázce přitom označilo 11 respondentů (9,32 %), dalších 10 spotřebitelů zúčastněných na průzkumném šetření (8,47 %) se přiklonilo k odpovědi znění „určitě ne“. Z výsledků průzkumného šetření vyplynulo, že místo produkce potravin nemá význam signifikantně více pro respondenty z vesnice. Tuto skutečnost je možno vysvětlit tím, že obyvatelé vesnice si řadu potravin mohou vyprodukovat sami, proto je kupují méně a původ potravin tak sledují tolik, jak je tomu u obyvatel měst, kteří jsou ve velké míře závislí na koupi potravin. Zbýlých 23 respondentů (19,49 %) se k této otázce vyjádřilo tak, že neví nebo je to nezajímá.

Vliv nedůvěryhodnosti uvedených informací na koupi nebalených potravin

Otázka č. 12 si kladla za cíl zjistit, jak eventuálně mohou ovlivnit koupi nebalených potravin nedůvěryhodné informace uvedené u nich. Šlo o uzavřenou otázku, která nabízela odpovědi na bázi Likertovy škály, jež byla použita u řady předchozích otázek dotazníku. Četnosti jednotlivých těchto odpovědí zachycuje graf na obrázku 13.



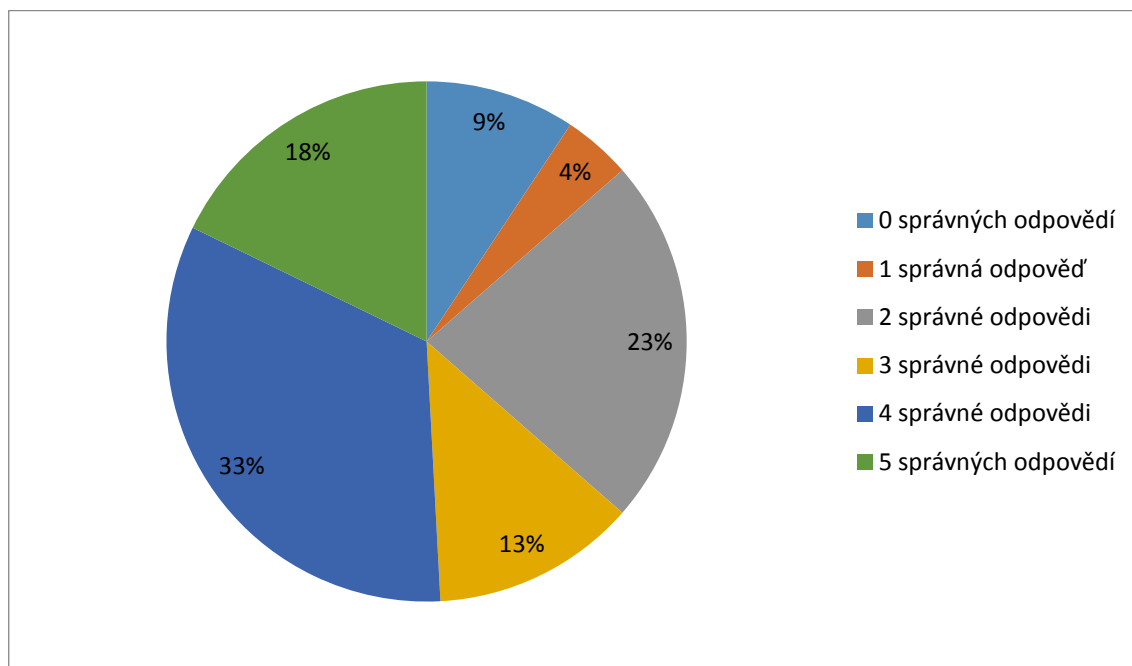
Obr. 13 Vliv nedůvěryhodnosti uvedených informací na koupi nebalených potravin

Výsledky průzkumného šetření vcelku jednoznačně ukazují, že pokud jsou u nebalených potravin nedůvěryhodné informace, tak to může spotřebitele odradit od jejich koupě. V tomto duchu se totiž vyjádřily více než tři čtvrtiny respondentů. Celkem 67 dotazovaných spotřebitelů (56,78 %) uvedlo, že by je uvedená okolnost od koupě nebalených potravin určitě odradila, dalších 23 respondentů (19,49 %) by je spíše odradila. Nedůvěryhodné informace u nebalených potravin by spíše neodradily od jejich koupě 12 respondentů (10,17 %) a 5 dotazovaných spotřebitelů (4,24 %) by určitě neodradily. Jednalo se hlavně o respondenty s nižším vzděláním. Přibližně každý desátý oslovený zákazník zaujímal k rozebíranému problému indiferentní postoj, který byl vyjádřen odpovědí znění „nevím, nezajímá mě to“. Těchto respondentů bylo 11 (9,32 %).

Znalost práv spotřebitele

Poslední tři otázky dotazníku pro spotřebitele byly formulovány jako otevřené. Původní znění dotazníku u těchto otázek uvádělo varianty odpovědí, které zahrnovaly komplexně problematiku, na kterou se dotazovaly (tj. práva spotřebitele, respektive povinnosti spotřebitele a instituce na ochranu spotřebitele). V průběhu pilotáže však bylo zjištěno, že ačkoliv respondenti nemají znalost dané problematiky, díky nabízeným variantám odpovědí dosahovali v odpovědích poměrně dobrých výsledků, neboť z nabízených odpovědí odušili, že se jedná právě o to, na co jsou dotazováni. Proto nakonec byly tyto otázky formulovány jako otevřené a respondenti museli sami uvádět odpovědi na ně podle svých skutečných znalostí.

První z této baterie otázek se týkala znalosti práv spotřebitele. Za základ pro vyhodnocování této otázky byla vzata práva spotřebitele, jak je uvádí Charta práv spotřebitele. Jedná se o právo na ochranu zdraví a bezpečnosti, dále o právo na ochranu ekonomických zájmů, právo na náhradu škody, právo na srovnávací informace a právo na zakládání spotřebitelských sdružení. Pro účely vyhodnocování byly výsledky průzkumného šetření roztríděny podle počtu správných odpovědí: 0 správných odpovědí, 1 správná odpověď, 2 správné odpovědi, 3 správné odpovědi, 4 správné odpovědi a 5 správných odpovědí. Jak dopadlo průzkumné šetření k této otázce, to ukazuje graf na obrázku 14.

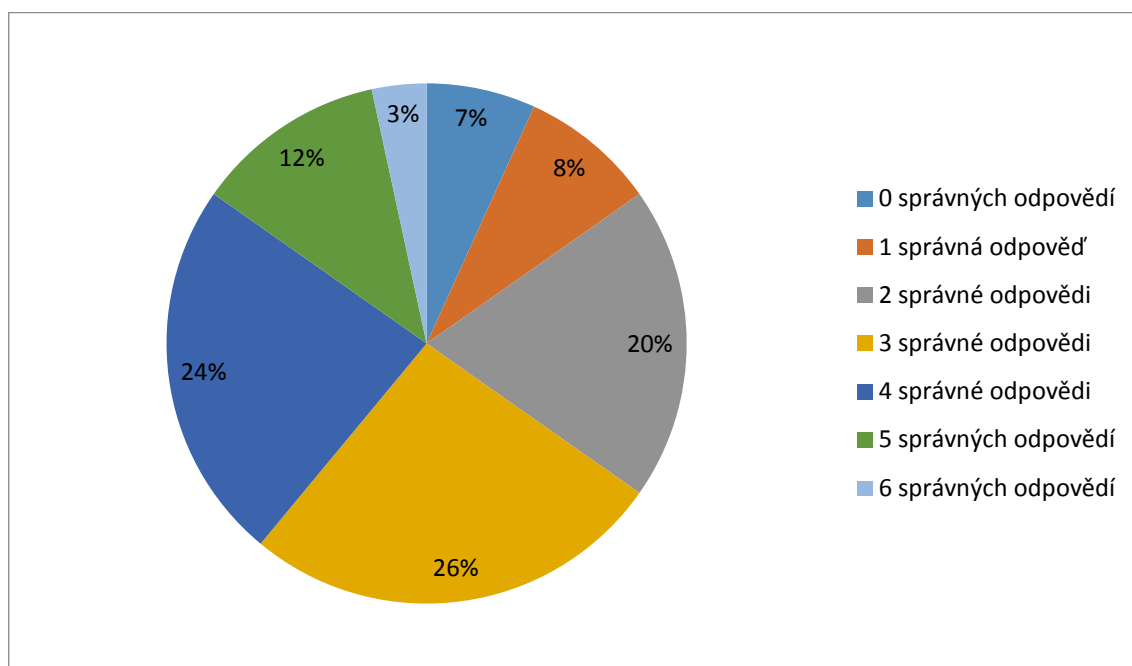


Obr. 14 Znalost práv spotřebitele (počty správných odpovědí)

Z grafu na obrázku 14 je evidentní, že největší byl podíl respondentů, kteří z pěti práv spotřebitelů uvedli správně čtyři. Těchto respondentů bylo 39 (33,05 %). O něco méně – 27 (22,88 %) – bylo respondentů, kteří uvedli správně dvě odpovědi. Všechny správné odpovědi (tj. pět odpovědí) uvedlo k této otázce 21 dotazovaných spotřebitelů (17,80 %). Tři správné odpovědi se vyskytly u 15 respondentů (12,71 %). U 5 oslovených spotřebitelů (4,24 %) se vyskytla pouze jedna správná odpověď. Žádnou správnou odpověď neuvedlo celkem 11 respondentů (9,32 %). Z uvedených výsledků průzkumného šetření je možno vyvodit závěr, že znalosti práv spotřebitelů nebyly u respondentů zase až tak špatné, avšak stále mají v tomto směru poměrně velké rezervy.

Znalost povinností spotřebitele

Obdobným způsobem, jako byla vyhodnocována znalost práv spotřebitelů, bude vyhodnocena i znalost povinností spotřebitele. Z výkladu v kapitole 4.5.2 přitom vyplynulo, že spotřebitelé mají následující povinnosti: mít zájem o zdraví, aktivně se účastnit v ochraně spotřebitele, zajímat se o informace a s těmito pracovat, uplatňovat nárok na odškodnění a nárok na základní potřeby a v neposlední řadě i dodržovat ekologická pravidla. Celkem tedy mají spotřebitelé šest povinností. Četnosti počtu správných odpovědí přináší graf na obrázku 15.

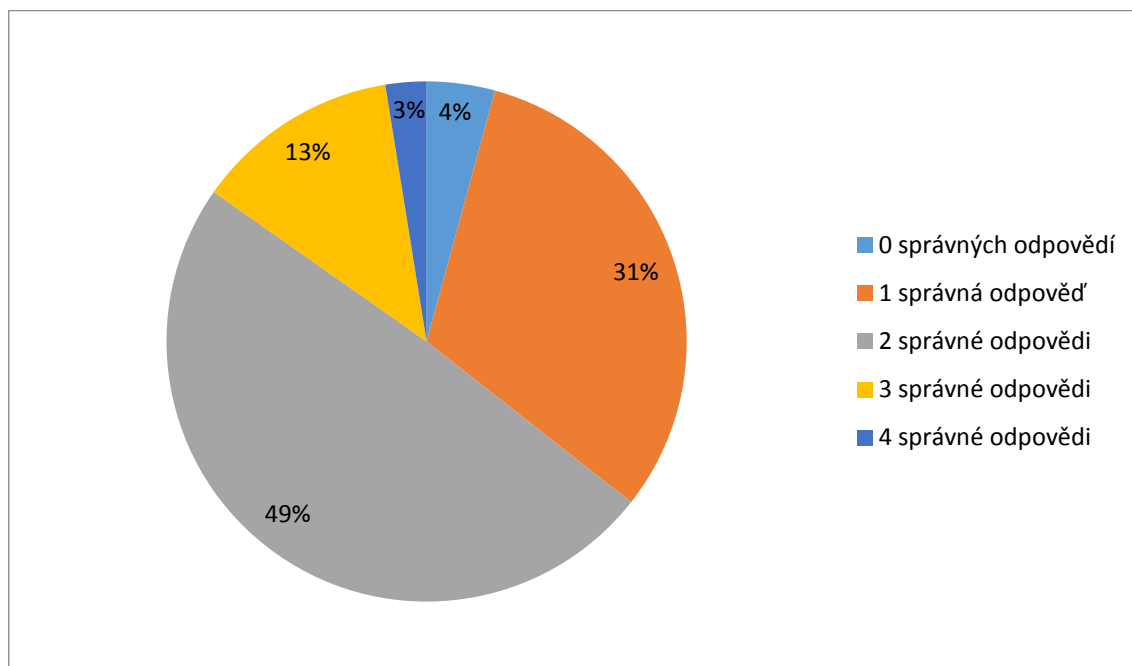


Obr. 15 Znalost povinností spotřebitele (počty správných odpovědí)

Mezi respondenty byl největší podíl těch, kteří správně uvedli tři odpovědi k této otázce. Těchto respondentů bylo 31 (26,27 %). Dalších 28 dotazovaných spotřebitelů (23,73 %) byl schopno správně uvést čtyři ze šesti povinností spotřebitele. Dvě povinnosti spotřebitele správně uvedlo 23 respondentů (19,49 %), pět povinností 14 dotazovaných (11,86 %), jednu povinnost 10 oslovených spotřebitelů (8,47 %) a všech šest povinností 4 respondenti (3,39 %). Žádnou správnou odpověď nebylo k této otázce schopno uvést 8 dotazovaných spotřebitelů (6,78 %). Z těchto údajů je zřejmé, že respondenti měli paradoxně lepší povědomí o povinnostech spotřebitele než o jeho právech.

Znalost institucí na ochranu spotřebitele

Poslední otázka dotazníku byla zaměřena na to, jaké mají respondenti povědomí o institucích zaměřených na ochranu spotřebitele. Z výkladu v kapitole 4.6 vyplynulo, že k těmto institucím náleží Ministerstvo průmyslu a obchodu, Česká obchodní inspekce, Státní veterinární správa a Česká zemědělská a potravinářská inspekce. Jedná se tak o celkem čtyři instituce. Tímto počtem je dán také nejvyšší možný počet správných odpovědí na tuto otázku. Jejich četnost je patrná z grafu na obrázku 16.



Obr. 16 Znalost institucí na ochranu spotřebitele (počty správných odpovědí)

Téměř polovina respondentů – 58 (49,15 %) – bylo schopno uvést správně dvě instituce zaměřené na ochranu spotřebitele. Velká část těchto správných odpovědí byla tvořena odpověďmi Česká obchodní inspekce a Česká zemědělská a potravinářská inspekce. Z toho je zřejmé, že tyto dvě instituce jsou v povědomí obyvatelstva, a to nejspíše především díky medializaci jejich některých zásahů u prodejců. V případě České obchodní inspekce se současně jednalo o nejčastější správnou odpověď, kterou uvedli respondenti s jednou správnou odpovědí, kterých bylo 37 (31,36 %). Tři správné odpovědi uvedlo 15 dotazovaných spotřebitelů (12,71 %). Pouze 3 respondenti (2,54 %) byli schopni vyjmenovat všechny instituce, které se zabírají ochranou spotřebitele. Žádnou z těchto institucí nebylo naproti tomu schopno uvést 5 dotazovaných spotřebitelů (4,24 %). Vždy se jednalo o jedince s nižším dosaženým vzděláním (tj. o jedince se základním vzděláním a jedince vyučené). Rovněž zde lze konstatovat, že znalosti respondentů týkající se institucí na ochranu spotřebitele byly poměrně slušné.

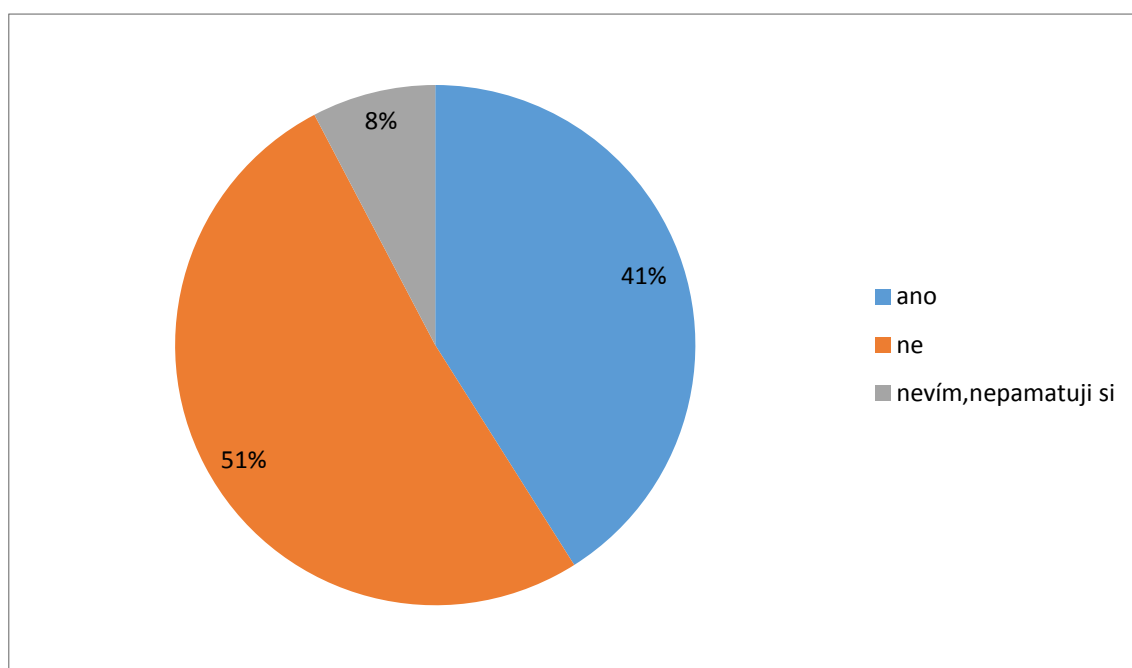
5.4.2 Výrobci a distributoři

Rovněž v případě respondentů z řad výrobců a distributorů budou výsledky průzkumného šetření rozebrány podle jednotlivých otázek dotazníku určeného pro

tuto skupinu respondentů. Provedená analýza pak bude základem pro následnou verifikaci hypotéz uvedených v kapitole 5.1 této práce.

Vedení řízení s firmou pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele

U respondentů z řad výrobců a distributorů bylo zjišťováno, zda s jejich firmou bylo v minulosti vedeno jakékoliv řízení ve věci porušení právních předpisů na ochranu spotřebitele v případě vyráběných či distribuovaných potravin. Respondentům byly na příslušnou otázku dotazníku nabídnuty tři varianty odpovědí: ano, ne a nevím, nepamatuji si. Četnosti jednotlivých těchto odpovědí zachycuje názorně graf na obrázku 17.

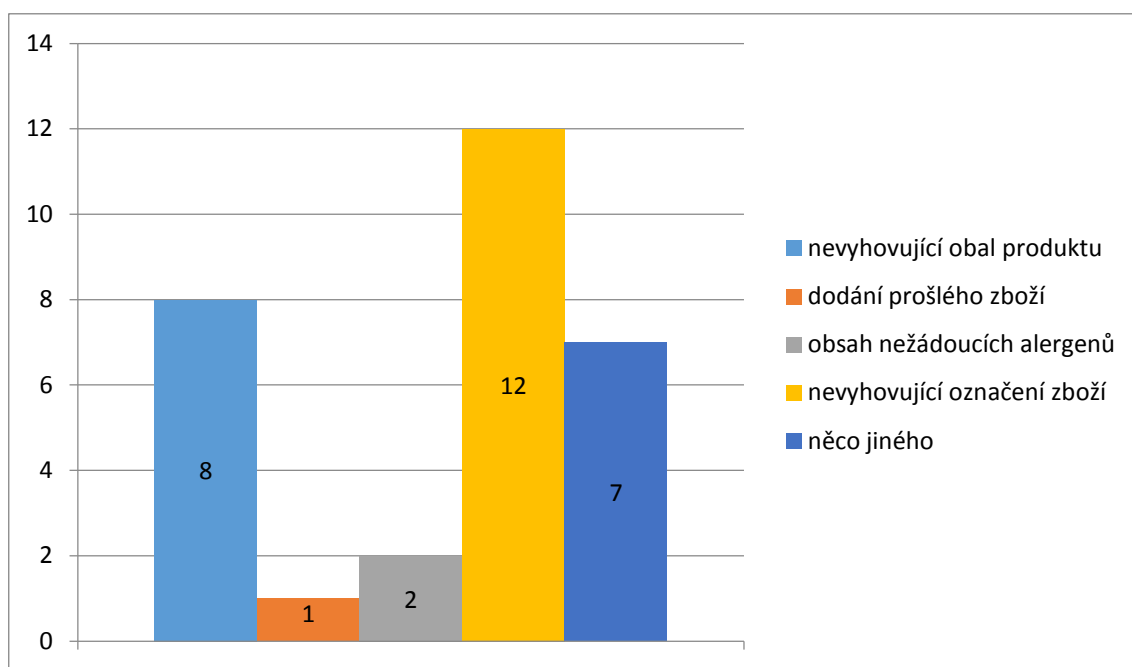


Obr. 17 Vedení řízení s firmou pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele

Z výsledků průzkumného šetření bylo zjištěno, že v minulosti nebylo pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele v souvislosti s vyráběnými či distribuovanými potravinami vedeno jakékoliv řízení s více než polovinou firem. Takto odpovědělo 20 respondentů (51,28 %). S více než dvěma pětinami firem naopak takové řízení vedeno bylo. Odpověď znění ano u této otázky označilo 16 dotazovaných zástupců firem (41,03 %). Podíl firem, s nimiž bylo vedeno řízení z uvedeného důvodu, je možno označit jako poměrně vysoký. Zbylí 3 dotazovaní z této skupiny (7,69 %) nebyli schopni se k této otázce vyjádřit, protože danou skutečnost buďto nevěděli nebo si ji nepamatovali.

Důvody vedeného řízení

Z hlediska problematiky řešené v této práci je zajímavý nikoliv samotný fakt, že s firmou bylo vedeno řízení pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele v souvislosti s vyráběnými či distribuovanými potravinami, nýbrž i důvody, pro které bylo takové řízení vedeno. Otázka č. 4, která se na tuto skutečnost respondentů dotazovala, byla formulována jako polouzavřená. K variantám odpovědí „nevyhovující obal produktu“, „dodání prošlého zboží“, „obsah nežádoucích alergenů“ a „nevyhovující označení zboží“ měli respondenti možnost doplnit i odpovědi další. Důvody vedeného řízení s firmami zachycuje graf na obrázku 18. Vzhledem k tomu, že respondenti mohli uvádět i více odpovědí, je součet relativních četností vyšší než 100 %.



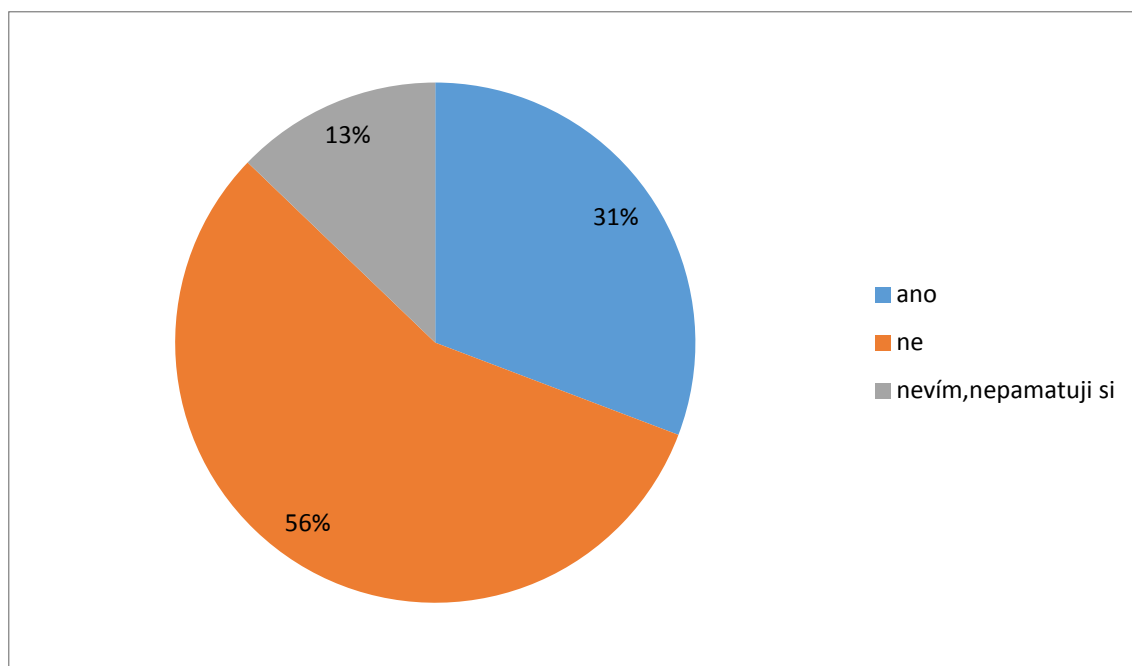
Obr. 18 Důvody vedeného řízení

Jednoznačně nejčastějším důvodem řízení s firmami je nevyhovující označení zboží, přičemž tento důvod uvedlo 12 respondentů (75 %) z firem, s nimiž bylo příslušné řízení v minulosti vedeno. Druhým nejčastějším důvodem řízení byl nevyhovující obal produktu. Tento důvod se objevil v odpovědích 8 respondentů (50 %). Obsah nežádoucích alergenů byl důvodem řízení ve dvou případech (12,5 %), dodání prošlého zboží pak v jednom případě (6,25 %). Jiný důvod se objevil v celkem 7 odpovědích. Jednalo se o obsah cizorodých látek (2 případy;

12,5 %) a nižší než deklarovaná váha (5 případů; 31,25 %). Tyto důvody se téměř výlučně objevili v odpovědích OSVČ, které působí v maloobchodě.

Stížnosti zákazníků a obchodních partnerů

Další otázka byla zaměřena na případné stížnosti zákazníků a obchodních partnerů (odběratelů) na dodané potravinářské zboží. Na otázku znění „Stěžovali si ... na Vámi vyráběné či distribuované produkty vaši odběratelé či zákazníci?“ mohli respondenti odpovídat za využití odpovědí ano, ne a nevím, nepamatuji si. Četnosti jednotlivých těchto odpovědí zachycuje v názorné podobě graf na obrázku 19.



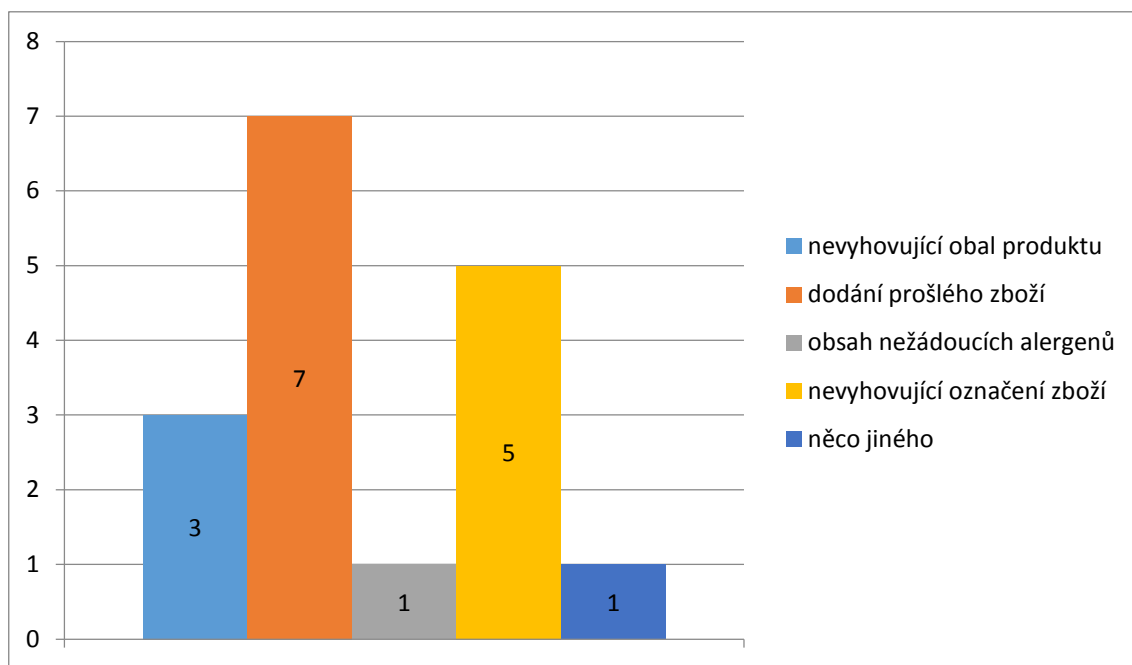
Obr. 19 Stížnosti zákazníků a obchodních partnerů

K výsledkům průzkumného šetření k této otázce je možno uvést, že výsledky jsou zde o něco lepší, než u eventuálních řízení vedených s firmami pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele v souvislosti s vyráběnými či distribuovanými potravinami. Stížnosti zákazníků či odběratelů na potravinářské zboží uvedlo totiž 12 respondentů (30,77 %). Dalších 22 respondentů (56,41 %) uvedlo, že žádné stížnosti zákazníků nezaznamenali. Zbýlých 5 dotazovaných zástupců distributorů a výrobců (12,82 %) nebylo schopno se k této otázce vyjádřit, poněvadž danou skutečnost nevěděli nebo si na ni nepamatovali. Ačkoliv je stížností zákazníků a odběratelů méně než řízení vedených pro porušení předpisů, přesto je možno

konstatovat, že i tak je jejich počet poměrně vysoký a svědčí o tom, že je u nás v této oblasti stále co napravovat.

Důvody stížností zákazníků a odběratelů

Stejně jako v případě řízení vedených proti firmám pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele v souvislosti s vyráběnými či distribuovanými potravinami i v případě stížností zákazníků a odběratelů byly zjišťovány důvody těchto stížností. I zde se jednalo o otázku polouzavřenou, jejíž odpovědi byly formulovány v zásadě stejně, jako tomu bylo u identické otázky na důvody vedených řízení. Výsledky průzkumného šetření k této otázce viz graf na obrázku 20. Vzhledem k tomu, že respondenti mohli uvádět i více odpovědí, je součet relativních četností vyšší než 100 %.



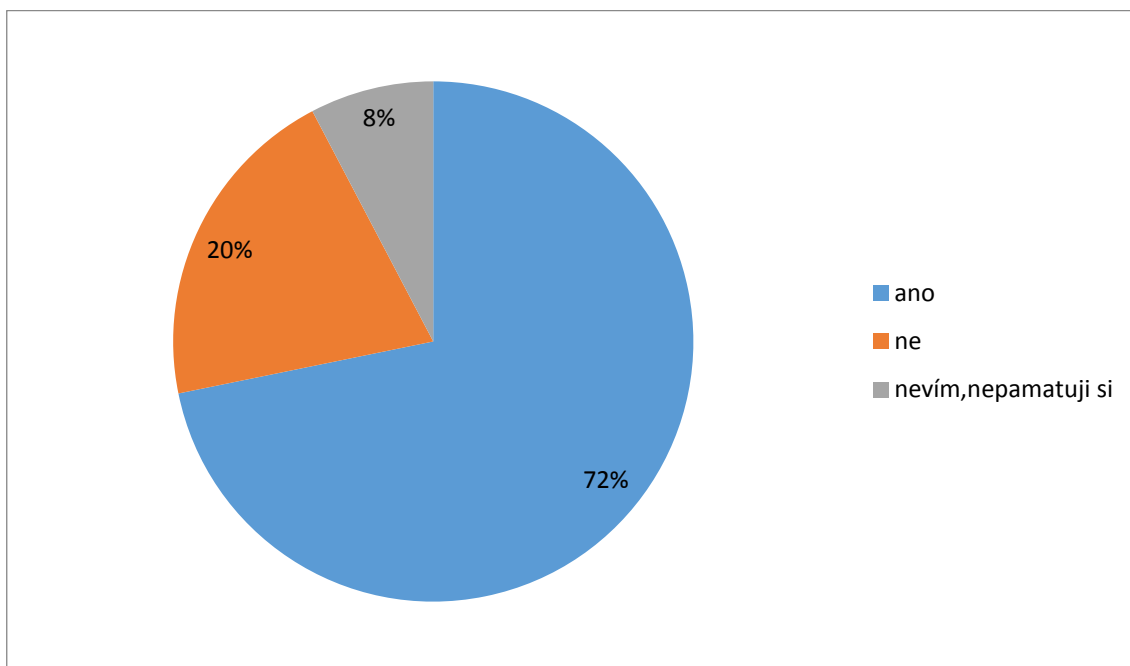
Obr. 20 Důvody stížností zákazníků a odběratelů

Nejfrekventovanější odpovědí stran důvodů stížností zákazníků a odběratelů bylo dodání prošlého zboží. Tento důvod se vyskytl v odpovědích 7 respondentů (58,33 %). Jednalo se poměrně často o podnikatelské subjekty působící v maloobchodě s 51 a více zaměstnanci. Lze předpokládat, že se jedná o obchodní řetězce s množstvím nabízených položek, přičemž se někdy přes veškerou snahu nepodaří uhlídat datum spotřeby. U menších provozoven proto tento problém vzniká v menší míře. Druhým nejčastějším problémem, na který si zákazníci stěžu-

jí, je nevyhovující označení zboží. Tento problém se vyskytl v odpovědích 5 dotazovaných (41,67). Nevyhovující obal produktu byl důvodem stížnosti ve třech případech (25 %). Vždy jednou (tj. 8,33 % v relativním vyjádření) se v odpovědích vyskytl obsah nežádoucích alergenů, respektive odpověď znění „něco jiného“. Druhá uvedená odpověď byla upřesněna v tom směru, že se jednalo o nižší, než deklarovanou váhu zboží.

Pojištění pro případ způsobení škody

I v souvislosti s prodejem potravin může být spotřebiteli či odběrateli v důsledku porušení právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele způsobena škoda. V takovém případě je spotřebitel nebo odběratel oprávněn na dodavateli vymáhat způsobenou škodu. Pro tyto případy je vhodné, aby byl podnikatelský subjekt pojištěn, neboť v některých případech mohou být vymáhané částky i relativně vysoké. Proto byla do dotazníku pro výrobce a distributory zařazena také otázka, zda jsou pojištěni pro případ, že v důsledku porušení právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele způsobí škodu. Na tuto otázku si mohli respondenti vybírat z odpovědí ano, ne a nevím, nepamatuji si. Výskyt těchto možností v odpovědích respondentů zachycuje graf na obrázku 21.

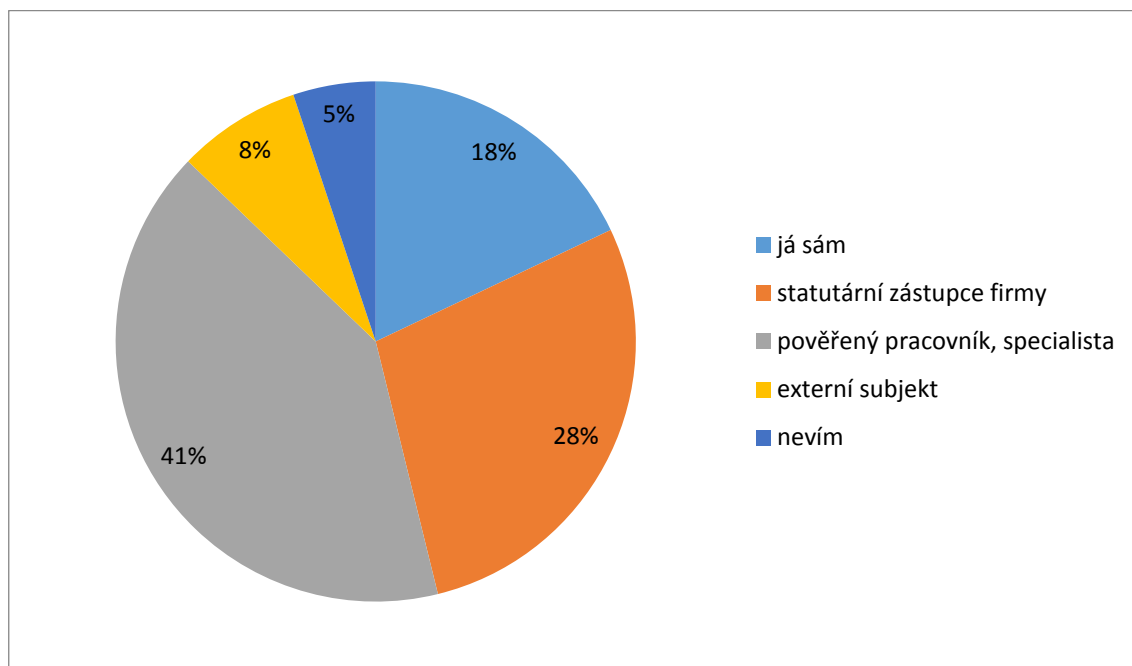


Obr. 21 Pojištění pro případ způsobení škody

Téměř tři čtvrtiny respondentů uvedlo, že jejich firma je pojištěna pro výše uvedené případy. V tomto duchu se vyjádřilo 28 dotazovaných zástupců výrobců a distributorů (71,79 %). Zhruba jedna pětina respondentů (celkem 8, tj. 20,51 %) se k této otázce vyjádřila negativně. Jednalo se ponejvíce o OSVČ. U těchto respondentů je tomu tak s největší pravděpodobností proto, neboť význam tohoto pojištění podceňují. Prohraný soudní spor vedený se zákazníkem či odběratelem přitom může znamenat výdaje v řádech desítek tisíc Kč na přiznané náhradě škody a nákladech řízení, což pro OSVČ může mít v řadě případů za následek existenční starosti, které ohrožují další podnikání. Zbylí 3 dotazovaní (7,69 %) nebyli schopni se k této záležitosti jasně vyjádřit a označili tak proto odpověď znění „nevím, nepamatuji se“.

Osoba pověřená sledováním dodržování předpisů na ochranu spotřebitele

Zajímavé výsledky přineslo průzkumné šetření k otázce, kdo má ve firmách na starosti dodržování předpisů na ochranu spotřebitele. Ačkoliv tato skutečnost není hlavním předmětem činnosti podnikatelských subjektů v potravinářském resortu, má pro jejich fungování velký význam. Vzhledem k tomu, že na tuto otázku existuje potenciálně široká škála odpovědí, byla tato otázka koncipována jako otevřená. Odpovědi uváděné k této otázce respondenty jsou zřejmé z grafu na obrázku 22.

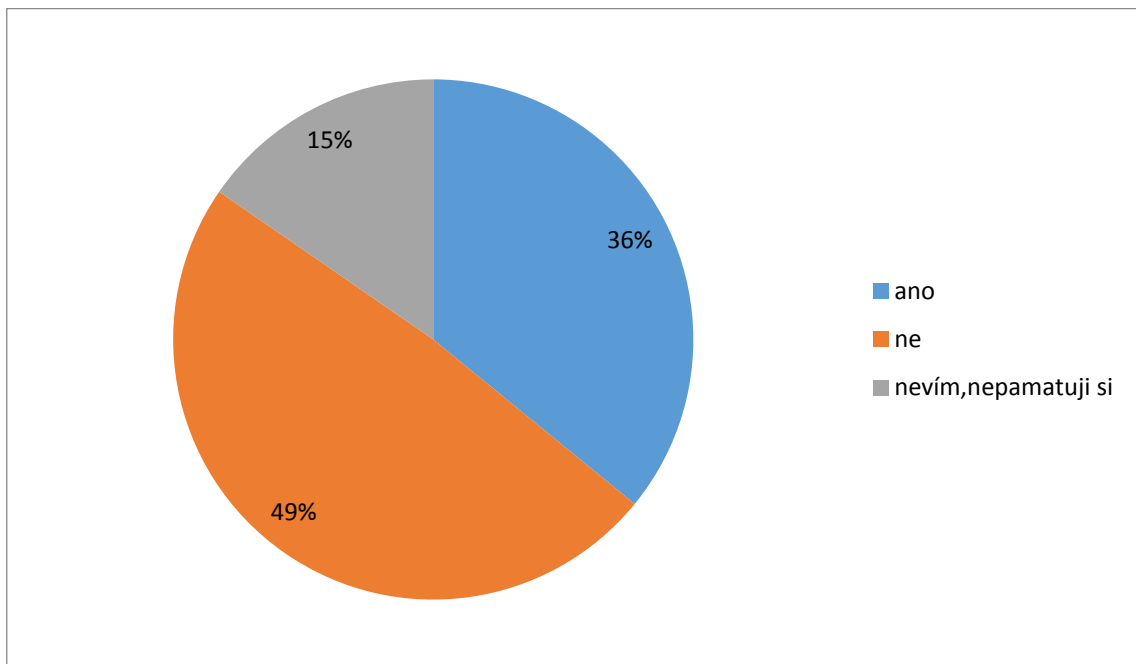


Obr. 22 Osoba pověřená sledováním dodržování předpisů na ochranu spotřebitele

V cca dvou pětinach případů má sledování dodržování předpisů na ochranu spotřebitele na starosti pověřený pracovník či pracovníci (specialisté), kteří jsou zaměstnanci dané firmy. Takto odpovědělo celkem 16 respondentů (41,03 %). Statutární zástupce (zástupci) mají zmíněnou oblast na starosti v 11 případech (28,21 %). Všech 7 OSVČ (17,95 %) se o tuto oblast stará samo. Externí subjekt si pro sledování dodržování předpisů na ochranu spotřebitele najímají tři firmy (7,69 %). Jak tomu je ve zbylých dvou firmách (5,13 %), průzkumné šetření nezjistilo, neboť jejich zástupci u této otázky označili odpověď „nevím, nepamatuji si“.

Komunikace s institucemi na ochranu spotřebitele

Jedna z posledních otázek dotazníku pro výrobce a distributory se respondentů dotazovala na to, zda jejich firmy komunikují s institucemi na ochranu spotřebitele. Tato komunikace může v řadě případů přispět k lepšímu dodržování předpisů na ochranu spotřebitele, neboť může v této oblasti působit profylakticky. Na tuto otázku mohli respondenti odpovídat opět prostřednictvím tří odpovědí – ano, ne a nevím, nepamatuji si. Četnosti jednotlivých těchto odpovědí jsou zřejmé z grafu na obrázku 23.

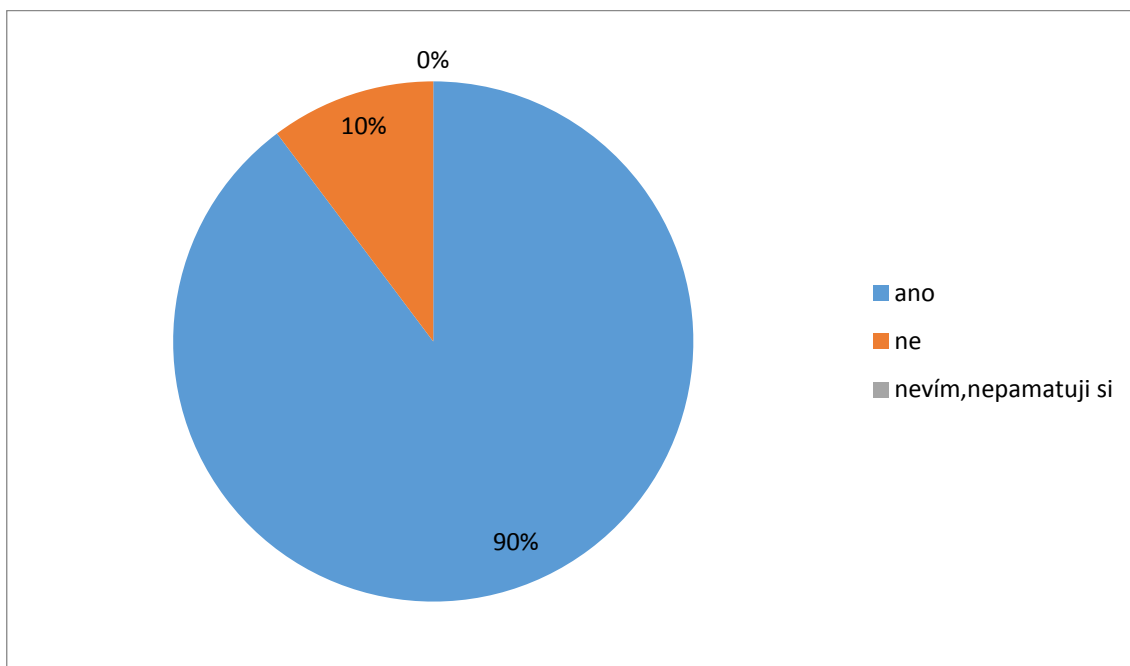


Obr. 23 Spolupráce s institucemi na ochranu spotřebitele

Z odpovědí na tuto otázku je možno dovést, že této záležitosti firmy z velké části nevěnují přílišnou pozornost. Přibližně polovina respondentů (19, tj. 48,72 %) totiž uvedla, že jejich firma takovou spoluprací nenavázala. Jejich opakem je zhruba třetina firem, která naopak s institucemi na ochranu spotřebitele spolupracuje. Tuto skutečnost potvrdilo 14 respondentů zastupujících výrobce a distributory potravin (35,90 %). Z čeho tato jejich spolupráce pramení, na to přináší odpověď výsledky průzkumného šetření k další otázce dotazníku. I u této otázky se našli respondenti, kteří na ni nebyli schopni jednoznačně odpovědět, a proto označili odpověď znění „nevím, nepamatuji si“. Takových respondentů bylo 6 (15,38 %).

Snaha dostát povinnostem v oblasti tzv. potravinového práva

Předposlední otázka dotazníku se respondentů dotazovala, zda má jejich firma snahu dostát veškerým svým povinnostem vyplývajícím z právních předpisů v oblasti tzv. potravinového práva. Na danou otázku mohli dotazovaní odpovědět opět prostřednictvím tří odpovědí – ano, ne a nevím, nepamatuji si. Výsledky průzkumného šetření k této otázce jsou zachyceny názorně v grafu na obrázku 24.



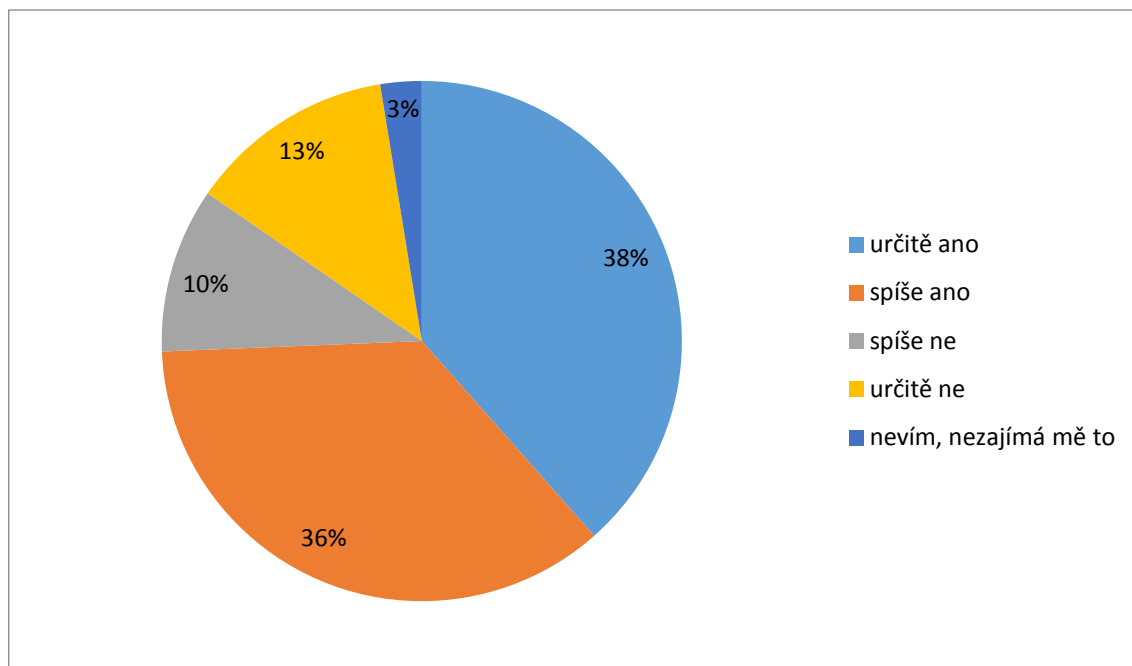
Obr. 24 Snaha dostát povinnostem v oblasti tzv. potravinového práva

Z tohoto grafu je možno vyčíst, že drtivá část firem, které respondenti zastupovali, má snahu dostát svým povinnostem, které jim vyplývají v oblasti tzv. potravinového práva. Tak to alespoň deklarovali respondenti, z nichž 35 (89,74 %) k otázce znění „Má Vaše firma snahu dostát všem svým povinnostem ve vztahu k právním předpisům v oblasti tzv. potravinového práva?“ zahrlo odpověď ano. Vždy se přitom jednalo o respondenty, kteří k předchozí otázce uvedli, že jejich firma komunikuje s institucemi na ochranu spotřebitele. Zjištěná snaha dodržování právních předpisů v oblasti tzv. potravinového práva je tak u těchto firem současně vysvětlením dříve uváděné spolupráce s institucemi na ochranu spotřebitele. Naopak respondenti, kteří u předchozí otázky uvedli, že jejich firmy s institucemi na ochranu spotřebitele nespolupracují, vždy k této otázce uvedli, že jejich firmy nemají snahu dostát povinnostem v oblasti tzv. potravinového práva. Tato otázka byla v průzkumném šetření jediná, na kterou žádný z respondentů neodpověděl odpovědí znění „nevím, nepamatuji si“.

Názory na přísnost předpisů v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele

V poslední otázce byli respondenti z firem zastupujících výrobce a distributory dotazováni na to, zda vnímají předpisy v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele u nás jako příliš přísné. Tato otázka byla v dotazníku pro výrobce

a distributory potravin jediná, na kterou mohli respondenti odpovídat prostřednictvím variant odpovědí založených na Likertově škále. Na otázku znění „Domníváte se, že předpisy v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele jsou u nás příliš přísné?“ tak bylo možno odpovídat prostřednictvím těchto pěti odpovědí: určitě ano, spíše ano, spíše ne, určitě ne a nevím, nezajímá mě to. Jak průzkumné šetření k této otázce dopadlo, ukazuje graf na obrázku 25.



Obr. 25 Názory na přísnost předpisů v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele

Výsledky průzkumného šetření ukazují na to, že velká část respondentů má za to, že předpisy v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele u nás jsou příliš přísné. Určitě si to myslelo 15 dotazovaných (38,46 %), spíše se tak domnívalo 14 respondentů (35,90 %). K respondentům, kteří zastávají tento názor, přitom patřili všichni z těch firem, které nemají snahu dostat veškerým povinnostem vyplývajícím z právních předpisů v oblasti tzv. potravinového práva. Tento jejich přístup tak bezpochyby souvisí s tímto jejich názorem. Zhruba pětina respondentů naproti tomu uvedla, že předpisy z uvedené oblasti nejsou u nás příliš přísné. Celkem 4 dotazovaní (10,26 %) se tak domnívají spíše, dalších 5 respondentů (12,82 %) je o tomto přesvědčeno určitě. Pouze 1 respondent (2,56 %) nezaujal k této otázce žádné vyhraněné stanovisko a zatrhl odpověď znění „nevím, nezajímá mě to“.

5.5 Vyhodnocení hypotéz

V části 5.1 této práce bylo především na základě poznatků z teoretické části formulováno celkem deset hypotéz. V části 5.4 byly shrnuty výsledky průzkumného šetření, které přinesly dostatek informací pro to, aby byly formulované hypotézy verifikovány. Pro tento účel byly vypočteny relativní četnosti příslušných odpovědí z obou dotazníků.

Hypotéza 1 měla následující znění: **„Více než 60 % spotřebitelů při koupi potravinářských výrobků kontroluje, zda výrobek obsahuje informace stanovené zákonem.“** Uvedená hypotéza byla verifikována na základě otázky č. 5 dotazníku pro spotřebitele, která se těchto respondentů dotazovala, jestli při koupi potravin kontrolují, zda výrobek obsahuje informace stanovené zákonem (datum spotřeby, alergeny, váha surovin, popis v českém jazyce). Ze 118 respondentů na tuto otázku odpovědělo kladně celkem 82 dotazovaných, což v relativním vyjádření činí 69,49 %. Z tohoto údaje je tedy zřejmé, že **hypotéza 1 byla verifikována s kladným výsledkem.**

Formulace hypotézy 2 zněla následovně: **„Více než 60 % spotřebitelů při koupi potravinářských výrobků odradí absence některé či všech informací stanovených zákonem.“** Tato hypotéza vycházela z předpokladu, že informacemi stanovenými zákonem nedostatečně označené či neoznačené vůbec budou pro spotřebitele nedůvěryhodné a vzhledem k této skutečnosti o jejich koupi nebude mít zájem. Verifikovat tuto hypotézu bylo možné na základě výsledků průzkumného šetření k otázce č. 6 dotazníku pro spotřebitele, která se jich dotazovala, zda pokud při koupi potravin na výrobku absentuje některá či dokonce všechny informace stanovené zákonem, je to odradí od koupě takového výrobku. Na tuto otázku odpovědělo kladně 79 respondentů z řad spotřebitelů čili 66,95 % ze všech. Vzhledem k této skutečnosti lze mít za to, že rovněž **hypotéza 2 byla ověřena kladně.**

Hypotéza 3 zněla takto: **„Pro více než 60 % spotřebitelů má při koupi potravin význam místo jejich produkce (sklizeně či výroby).“** Tato hypotéza reagovala na některé problémy s dovezenými potravinami (např. obsah posypové soli v potravinách z Polska). Díky těmto aférám se zákazníci začali orientovat na koupi potravin původem z tuzemska, přičemž se tohoto tématu chytili i obchodníci, kteří lákají spotřebitele na „zaručeně české potraviny“. Na nastíněný problém se spotřebitelů dotazovala otázka č. 11, která zjišťovala, zda pro ně má při koupi potravin význam místo jejich produkce (sklizeně či výroby). Kladné odpovědi na tuto otázku se objevily u celkem 74 dotazovaných spotřebitelů, což v relativním vyjádření obnáší 62,71 %. I **hypotéza 3 byla tedy verifikována kladně.**

Podle hypotézy 4 **„Více než 60 % spotřebitelů zná alespoň polovinu práv spotřebitele.“** Tato hypotéza vycházela z předpokladu, že spotřebitelé mají zájem hájit svá práva, přičemž nezbytným předpokladem prosazování vlastních práv je vždy jejich znalost. K této hypotéze se vázala otázka č. 13 dotazníku pro spotřebitele, která se těchto respondentů dotazovala na to, jaká znají práva spotřebitele. Z výsledků průzkumného šetření k této otázce vyplynulo, že z pěti práv spotřebitele jich alespoň tři zná 75 dotazovaných, tj. 63,66 %. Lze tedy mít za to, že **hypotéza 4 byla ověřena rovněž kladně.**

Hypotéza 5 predikovala, že **„Více než 60 % spotřebitelů zná alespoň polovinu povinností spotřebitele.“** Pro ověření této hypotézy je třeba využít výsledky průzkumného šetření k otázce 14, která vyzývala respondenty k tomu, aby uvedli, jaké znají povinnosti spotřebitele. Z celkem šesti povinností spotřebitele znalo alespoň tři celkem 77 dotazovaných, což v relativním vyjádření představuje 65,25 % všech respondentů z výběrového souboru spotřebitelů. Na základě tohoto údaje je možno konstatovat, že **hypotéza 5 byla verifikována kladně.**

Hypotéza 6 předpokládala, že **„Více než 60 % spotřebitelů zná alespoň polovinu institucí na ochranu spotřebitele.“** V případě této hypotézy platí v podstatě totéž, co u hypotézy 4, totiž že k účinnému uplatňování práv spotřebitele je nezbytná znalost institucí, které se zabývají ochranou spotřebitele. Na tuto skutečnost se respondentů dotazovala otázka č. 15 dotazníku pro spotřebitele. Ze čtyř takových institucí zná alespoň dvě dohromady 77 dotazovaných (65,25 %), což ve svém důsledku znamená, že **hypotéza 6 byla ověřena s kladným výsledkem.**

Hypotéza 7 uváděla následující: **„S více než 30 % dotazovaných firem bylo v minulosti vedeno řízení ve věci porušení právních předpisů na ochranu spotřebitele týkající se vyráběných či distribuovaných potravin.“** Tato hypotéza byla verifikována na základě výsledků průzkumného šetření k otázce č. 3 v dotazníku pro výrobce a distributory potravin, která zněla: „Bylo již v minulosti s Vaší firmou vedeno jakékoliv řízení ve věci porušení právních předpisů na ochranu spotřebitele v případě vyráběných či distribuovaných potravin?“. Kladnou odpověď k této otázce uvedlo 16 respondentů reprezentujících výrobce a distributory potravin z celkového počtu 39. V relativním vyjádření bylo kladně odpovídajících dotazovaných 41,03 %. Z uvedeného tak vyplývá, že **hypotéza 7 se potvrdila.**

Podle hypotézy 8 mělo platit, že **„Více než 60 % dotazovaných firem je pojištěno pro případ, že v důsledku porušení právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele způsobí škodu.“** Uvedená hypotéza vycházela

z předpokladu, že si firmy jsou ve většině vědomy případných i poměrně vysokých nákladů spojených s uplatňováním náhrady škody ze strany spotřebitelů či odběratelů a že se tak firmy pro tento případ pojišťují. Na tuto skutečnost se dotazovala otázka č. 7 dotazníku pro výrobce a distributory. Že je jejich firma pojištěna pro zmíněné případy, uvedlo celkem 28 respondentů, což představuje 71,79 %. Také **hypotéza 8 se tak potvrdila.**

Hypotéza 9 vyjadřovala předpoklad, že „**Více než 60 % dotazovaných firem má snahu dostát všem svým povinnostem ve vztahu k právním předpisům v oblasti tzv. potravinového práva.**“ Zmíněná hypotéza byla stanovena z toho důvodu, neboť lze předpokládat, že firmy mají zájem vyhnout se sankcím, které jim hrozí tehdy, pokud nedostojí svým povinnostem v dané oblasti. Tato hypotéza byla ověřována na základě výsledků průzkumného šetření k otázce č. 10 dotazníku pro výrobce a distributory, která zněla: „Má Vaše firma snahu dostát všem svým povinnostem ve vztahu k právním předpisům v oblasti tzv. potravinového práva?“. Kladně na tuto otázku odpovědělo 35 dotazovaných, tzn. 89,74 %. Rovněž **hypotéza 9 byla potvrzena.**

Hypotéza 10 uváděla, že „**Více než 60 % dotazovaných firem zastává názor, že předpisy v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele jsou u nás příliš přísné.**“ Tato hypotéza byla založena na domněnce, že mezi subjekty z podnikatelské sféry jsou obecně nepopulární ingerence státu. Na otázku „Domníváte se, že předpisy v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele jsou u nás příliš přísné?“ kladně odpovědělo 29, čili 74,36 %. S ohledem na tento údaj lze uzavřít, že **hypotéza 10 byla ověřena s kladným výsledkem.**

6 Diskuze

Realizované průzkumné šetření přineslo řadu zajímavých poznatků, a to jak ve skupině spotřebitelů, tak i ve skupině respondentů, kteří reprezentovali výrobce a prodejce potravin. Ve vztahu k respondentům - spotřebitelům bylo zjištěno, že řada z nich při koupi potravinářských výrobků nekontroluje, zda tento výrobek obsahuje informace stanovené zákonem, rovněž tak že řada z nich neřeší, zda na obalu výrobku absentují zcela či zčásti informace stanovené zákonem, ani to, jaké je místo produkce potravin, a konečně že zejména řada z nich má výrazné rezervy ve znalostech týkajících se práv a povinností spotřebitele a institucí na ochranu spotřebitele.

Nejvíce kontrolují povinné informace o potravinách osoby s vysokoškolským vzděláním a respondenti ve věku 61 a více let. Zbylí respondenti podle všeho nedokáží docenit, jaký význam pro ně takové informace mají, proto se o ně nezajímají. Obdobné zjištění bylo učiněno i ve vztahu k otázce, zda je absence části či všech zákonem stanovených údajů o potravině odradí od její koupě. Pokud se týká zájmu spotřebitelů o obsah alergenů v potravinách, tak zde bylo zjištěno, že o tuto skutečnost se zajímají především ženy a respondenti ve věku 61 a více let. Naproti tomu muži a respondenti ve věku do 30 let se o tuto otázku zajímají v daleko menší míře. Dosti podobné výsledky přineslo průzkumné šetření i k otázce, odradí-li výskyt neobvyklých alergenů v některých potravinách to, zda si je spotřebitel koupí či nikoliv. Zde vedle mužů na zmíněnou okolnost nereflktují zejména osoby s nižším dosaženým vzděláním. Podle výsledků průzkumného šetření nejvíce času věnují studiu informací o potravinách při jejich nákupu ženy a senioři. Poněkud odlišné výsledky přineslo průzkumné šetření v otázce významu místa produkce potravin pro jejich eventuální koupi. Taková skutečnost má význam především pro seniory, ženy a osoby s vyšším dosaženým vzděláním. Naproti tomu respondenti z vesnice tuto záležitost až tak neřeší, zřejmě v důsledku vlastní produkce potravin. U jedinců s nižším dosaženým vzděláním bylo dále zjištěno, že by je při koupi nebalených potravin neodradilo to, že jsou u nich uvedeny nedůvěryhodné údaje.

Z výsledků průzkumného šetření ve skupině respondentů z řad spotřebitelů je možno dovodit, že mezi spotřebiteli existuje skupina takových, kteří se při nákupu potravin jen minimálně zajímají o to, co nakupují. Lze vyslovit domněnku, že pro tuto skupinu je rozhodující především druh zboží, které shánějí, jeho momentální dostupnost a cena. Takový přístup však není z hlediska ochrany spotřebitele

v žádném případě žádoucí, a to mimo jiné i proto, že u spotřebitelů existují rezervy ve znalostech, které by jim potenciálně mohly napomoci při uplatňování jejich práv spotřebitele.

Z odpovědí respondentů z řad zástupců firem vyrábějících a distribuujících potraviny mimo jiné vyplynulo, že s přibližně dvěma pětinami firem, které tyto respondenti zastupovali, bylo vedeno nějaké řízení pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele. Nejčastějšími důvody takových řízení byly nevyhovující označení zboží, dále nevyhovující obal produktu, nižší než deklarovaná váha zboží, obsah cizorodých látek a obsah nežádoucích alergenů. Část těchto důvodů (obsah cizorodých látek a nižší než deklarovaná váha) se přitom vyskytovala z valné části u respondentů, kteří jsou osobami samostatně výdělečně činnými a působí v maloobchodě. Poměrně časté jsou i stížnosti zákazníků či obchodních partnerů na dodané potravinářské zboží, i když jsou méně časté, než vedení řízení pro porušení předpisů na ochranu spotřebitele. Tyto stížnosti nejvíce souvisely s dodáním prošlého zboží (tento problém se nejvíce týkal podnikatelských subjektů působících v maloobchodě s 51 a více zaměstnanci), dále s nevyhovujícím označením zboží a s nevyhovujícím obalem. Ačkoliv z dosud uvedeného vyplývá, že výrobci a distributoři mohou způsobit spotřebitelům či obchodním partnerům škodu, která po nich může být vymáhána, zhruba jedna pětina respondentů (ponejvíce osob samostatně výdělečně činných) není pro případ způsobení škody pojištěna. Tuto okolnost by bylo možno de lege ferenda ošetřit tím, že by pro tyto případy musely být pojištěny ze zákona veškeré podnikatelské subjekty v potravinářském resortu. U těchto subjektů bylo dále zjišťováno, zda komunikují s institucemi na ochranu spotřebitele. K tomuto bylo zjištěno, že přibližně třetina z nich s těmito institucemi nespolupracuje. Jednalo se o firmy, které nemají snahu dostát všem povinnostem v oblasti tzv. potravinového práva, přičemž tyto firmy zpravidla považují předpisy v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele u nás za příliš přísné. V tomto ohledu však nelze očekávat žádné uvolnění, neboť naše právní předpisy jsou v současné době do značné míry recepce unijního práva, přičemž prostor pro vlastní právní úpravu existuje pouze u nebalených potravin.

Z výsledků průzkumného šetření ve skupině zástupců výrobců a distributorů potravin tedy vyplynuly některé skutečnosti, které mohou negativně ovlivňovat chování těchto podnikatelských subjektů ve vztahu k zákazníkům. Takovými skutečnostmi mohou být převažující zaměření firem na dosahování zisku (nezřídka na úkor kvality produkce), nechuť se podřizovat právním předpisům v oblasti ochrany spotřebitele a tzv. potravinového práva, v některých případech i neznalost pří-

slušné legislativy, která v posledních letech doznala poměrně výrazných změn. Ze zjištění průzkumného šetření tak vcelku jasně vyplynula potřeba provádění kontinuálních kontrol u výrobců a distributorů potravin zaměřených na dodržování předpisů na ochranu spotřebitele a v oblasti tzv. potravinového práva. Taktéž výsledky průzkumného šetření potvrdily význam kontroly uskutečňované samotnými spotřebiteli, která může být realizována jak přímo spotřebiteli samotnými, tak i zprostředkovaně prostřednictvím občanských spotřebitelských organizací.

U spotřebitelů i u respondentů zastupujících výrobce a distributory potravin, bylo zjištěno, že jejich postoje a přístup vyvěrá z jejich nedostatečných znalostí o dané problematice, v některých případech až neznalosti. Uvedená skutečnost poukazuje na to, že je nezbytné populaci v tomto směru vzdělávat, aby její spotřebitelské chování i chování podnikatelských subjektů bylo na úrovni. Za tím účelem je možno využít různých metod a forem. K těmto metodám a formám je možno zařadit řešení úloh z běžného života, využívání informačních a komunikačních technologií, podněcování kooperace vzdělávaných osob, uplatňování inscenačních metod či zařazování didaktických her (zejména v případě dětí a mladistvých). Uvedené formy a metody jsou zpravidla využitelné jak pro spotřebitele, tak i pro zástupce podnikatelských subjektů v potravinářském resortu.

K řešení úloh z běžného života je možno uvést, že vzdělávání by mělo být vždy spjato s běžným každodenním životem spotřebitelů a podnikatelů. Proto je vhodné pro jejich vzdělávání připravit výukové aktivity, jež umožňují relativně autentický prožitek situací, které mohou v souvislosti s distribucí potravin obvykle nastat a jež proto vedou k osvojení strategií zodpovědného rozhodování spotřebitelů i podnikatelů. Pro tento účel jsou vhodné metoda heuristická, respektive metoda řešení problémů (problémová výuka), stejně jako situační metody. Heuristickou metodu lze přitom charakterizovat jakožto učení objevováním, během něhož nejsou objektům výuky předkládána k osvojení hotová fakta. Naopak jsou objekty výuky podněcovány k tomu, aby k řešení dospěly samy. Situační metody, jejichž podstatou je řešení určité problémové situace z běžného života (např. uplatňování reklamace apod.) se do značné míry přibližují životní realitě. Pro řešení zde objekty výuky využívají vlastních vědomostí a dovedností, pracují s dostupnými informačními zdroji a uplatňují vlastní zkušenosti, názory a postoje. Během diskuse o potenciálních řešeních identifikují jejich silné a slabé stránky a na tomto základě se rozhodují pro řešení, které je v dané situaci optimální.

Využívání informačních a komunikačních technologií je v tzv. informační společnosti, za kterou je naše současná společnost považována, bez nadsázky nutností.

Z toho důvodu je nezbytné se na práci s informačními a komunikačními technologiemi připravovat a vzdělávání v oblasti ochrany spotřebitele a tzv. potravinového práva s informačními a komunikačními technologiemi propojovat. Tento přístup umožňuje, aby vzdělávání byli schopni efektivně a rychle získávat informace, které jim pomohou v běžném životě.

Podněcování kooperace vzdělávaných osob směřuje ke spolupráci vyučovaných při dosahování společných cílů, v daném případě např. při prosazování práv spotřebitelů. Přínosem kooperativní výuky je aktivizace vyučovaných, rozvíjení komunikace mezi nimi, vzájemné obohacování a posilování sociálního rozvoje vzdělávaných. Výuce v tomto případě dominuje interakce mezi objekty vzdělávání navzájem, přičemž interakce mezi učitelem (lektorem apod.) a vyučovanými ustupuje poněkud do ústraní. Tímto způsobem je překonávána soutěživost ve prospěch spolupráce a tolerance. Vyučovaní mají možnost si navzájem předávat nabyté zkušenosti, mohou se od sebe navzájem učit i si mohou přirozenou formou formovat zastávané názory a postoje. V případě smíšených skupin, tj. skupin se spotřebiteli i podnikateli může docházet k nekonfrontačnímu tříbení názorů a k získávání informací od druhé strany obchodního vztahu, které mohou vést k eliminování konfrontačních postojů v budoucnosti.

Uplatňování inscenačních metod má svůj základ v simulaci a hraní rolí. Tyto metody jsou příležitostí, jak spotřebitele i podnikatele vtáhnout do dané problematiky. Díky tomu inscenační metody umožňují hlouběji pochopit probíranou látku a zároveň jsou tyto metody vhodné k rozvoji sociálních dovedností, kdy si vyučovaní osvojují rozhodovací mechanismy, které pak lze aplikovat v běžném spotřebitelském životě. Vyučovaní se během výuky chovají v souladu se svojí rolí, čímž se do situace vcítí zevnitř. Předstírání, že jsou jinou osobou, umožňuje vyučovaným nahlížet na problém (např. na absenci obligatorních informací u potravin) z jiného úhlu. Modifikacemi situací je možno vytvořit široké spektrum situací, které mohou v reálném životě nastat.

Zařazování didaktických her může představovat možnost realizace nebo zpeřtření spotřebitelského vzdělávání v praxi. Didaktické hry, které simulují rozmanité spotřebitelské situace, mohou mít podobu klasických skupinových her nebo strategických her v podobě deskových her či počítačových aplikací. Tyto hry mohou plnit vedle motivační role i roli procvičovací, neboť vzdělávání tímto způsobem mohou upevňovat nabyté znalosti a dovednosti.

7 Závěr

Tato bakalářská práce si v teoretické části kladla za cíl vymezit základní pojmy v oblasti ochrany spotřebitele, rozebrat legislativu v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu, specifikovat základní pojmy potravinového práva, vysvětlit požadavky na označování potravin, objasnit práva a povinnosti spotřebitele a konečně i uvést a charakterizovat instituce a organizace zabývající se ochranou spotřebitele v potravinářském resortu.

V návaznosti na tyto cíle byly vymezeny jak pojmy v oblasti ochrany spotřebitele i v oblasti tzv. potravinového práva. Toto vymezení vycházelo jednak z unijní legislativy, jednak z legislativy vnitrostátní. Ve vztahu k označování potravin bylo konstatováno, že největší požadavky jsou kladeny na balené potraviny, zatímco určitá volnost byla ze strany Evropské unie ponechána v této oblasti vůči nebaleným potravinám. Taktéž byly zmíněny některé výjimky v jinak obligatorních požadavcích na značení balených potravin, jež se dotýkají producentů malých balení potravin. Pozornost byla věnována právům spotřebitele, která zahrnují právo na ochranu zdraví a bezpečnosti, právo na ochranu ekonomických zájmů, právo na náhradu škody, právo na srovnávací informace a právo na zakládání spotřebitelských sdružení. V neposlední řadě bylo poukázáno i na význam institucí a občanských organizací zaměřených na ochranu spotřebitele. Z institucí je v našich podmínkách poukázáno zejména na Ministerstvo průmyslu a obchodu, Českou obchodní inspekci, Českou zemědělskou a potravinářskou inspekci a Státní veterinární správu.

Cílem praktické části práce bylo zjistit vybrané sociodemografické charakteristiky respondentů, dále zjistit vybrané charakteristiky jejich spotřebitelského chování v potravinářském resortu, identifikovat, které sociodemografické charakteristiky mají největší vliv na spotřebitelské chování v potravinářském resortu a zjistit, jak se staví k dodržování předpisů na ochranu spotřebitele podnikatelské subjekty v potravinářském resortu.

U spotřebitelů bylo zejména zjištěno, že tito mají v některých případech i poměrně velké rezervy ve vědomostech v oblasti ochrany spotřebitele v potravinářském resortu, z čehož vyplývá i jejich méně důsledné uplatňování v praxi. Z výsledků průzkumného šetření vyplynulo, že v rámci populace existuje skupina respondentů, kteří se o ochranu spotřebitele příliš nezajímají a jejich spotřebitelské chování je tak zaměřeno zejména na cenu kupovaného zboží, jeho do-

stupnost a momentální požadavky těchto spotřebitelů. Spotřebitelské chování je v některých aspektech ovlivňováno různými demografickými charakteristikami, z nichž za nejvýznamnější je možno považovat nejvyšší dosažené vzdělání, věk a v některých případech i pohlaví. Malý vliv naproti tomu měla velikost bydliště respondentů.

U respondentů z řad zástupců podnikatelských subjektů v resortu potravinářství bylo zjištěno, že poměrně velká část podnikatelských subjektů u nás má problémy s dodržováním právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele a tzv. potravinového práva. O tomto svědčí poměrně vysoký podíl respondentů z firem, s nimiž bylo vedeno nějaké řízení pro porušení právních předpisů ve zmíněných oblastech, respektive z firem, jejichž náplň činnosti byla předmětem stížností spotřebitelů nebo jejich odběratelů. Důvodem tohoto stavu je, že řada podnikatelských subjektů se zaměřuje pouze na ekonomickou stránku své činnosti a díky tomu je u nich ochrana spotřebitele poněkud v ústraní. Z odpovědí části respondentů dále vyplynulo, že některé firmy v potravinářském resortu nemají ani snahu dodržovat veškeré předpisy v oblasti ochrany spotřebitele a tzv. potravinového práva. Na základě tohoto zjištění je možno uzavřít, že je nezbytné průběžně realizovat kontrolní činnost ze strany státních orgánů a institucí a v neposlední řadě i ze strany veřejnosti (ať již realizované přímo či zprostředkovaně). Jak v případě podnikatelů, tak i v případě spotřebitelů nelze opomenout ani význam vzdělávání v předmětné oblasti.

Na základě shora uvedeného je možno konstatovat, že se podařilo stanovené cíle práce naplnit.

8 Seznam použité literatury

- ASIAN CASUAL FINE DINING. *Whole animal restaurant* [online]. 2009 [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://sansho.cz/#about>.
- Asociace občanských poraden [online]. Praha: Asociace občanských poraden, © 2010. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.obcanskeporadny.cz/>.
- A-Z slovník pro spotřebitele. *Nebalené potraviny* [online]. Praha: Informační centrum Ministerstva zemědělství, nedatováno. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/76634.aspx>.
- Consumer Rights [online]. Consumers International, nedatováno. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights/>.
- Česká obchodní inspekce: *Působnost úřadu* [online]. Praha: Česká obchodní inspekce, © 2013. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/coi/pusobnosturadu/>.
- Důvodová zpráva k zákonu č. 155/2010 Sb., změna některých zákonů ke zkvalitnění jejich aplikace a ke snížení administrativní zátěže podnikatelů.
- European Food Safety Authority [online]. [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: <http://www.efsa.europa.eu/>.
- GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výskumu*. 4., rozš. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2008. 272 s. ISBN 978-80-223-2391-8.
- GEIST, Bohumil. *Sociologický slovník*. Praha: Victoria Publishing, 1992. 647 s. ISBN 80-85605-28-7.
- HELEŠIC, František. *Základy potravinového práva České republiky*. 1. vyd. Praha: Michálek, 1998. 281 s. ISBN 80-902573-0-5.
- HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2004. 136 s. ISBN 80-245-0690-4.
- HRDLIČKA, Miloslav. Vybrané aspekty ochrany spotřebitele při uzavírání distančních smluv. In: *Dny práva – 2010 – Days of Law*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010. CD-ROM.
- La Degustation. *La Degustation Bohême Bourgeoise* [online]. 2015 [cit. 2015-05-04]. Dostupné z: <http://www.ladegustation.cz/cz/#index>.

- Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání* [online]. 22. ledna 2014. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/jak-novy-obcansky-zakonik-definuje-podnikani.html>.
- KLABUSAYOVÁ, Naděžda. *Vybrané aspekty ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Frenštát pod Radhoštěm: Veronika, 2001. 114 s. ISBN 80-902159-7-1.
- Laboratorní činnost SZPI* [online]. Brno: Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 14. července 2014. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1002172&docType=ART&nid=11360>.
- MAZALOVÁ, Gerta. *Vítejte na stránkách Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace!* [online]. Brno: Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, © 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.asociace-sos.cz/o-nas-2/>.
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) 178/2002 ze dne 28. ledna 2002, kterým se stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin.
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 ze dne 25. října 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a o zrušení směrnice Komise 87/250/EHS, směrnice Rady 90/496/EHS, směrnice Komise 1999/10/ES, směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES, směrnic Komise 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení Komise (ES) č. 608/2004.
- NESNÍDAL, Jiří. Výklad k Zákonu o ochraně spotřebitele. *Ekonom*, č. 27/1995. ISSN 1213-7693.
- O dTestu* [online]. Praha: dTest, o.p.s., nedatováno. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <https://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>.
- Organizační struktura ministerstva průmyslu a obchodu platná k 1.5.2015* [online]. 5. května 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument157860.html>.
- Organizační útvary Státní veterinární správy* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, © 2009-2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/org-utvary-svs/>.

- PAVLÍK, Karel. *Ochrana spotřebitele v ČR a EU* [online]. 27. června 2012. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_986_cs.htm.
- Poslanecká sněmovna PČR; Vláda ČR K Čl. I. Důvodová zpráva k zákonu č. 139/2014 Sb., změna zákona o potravinách a změna veterinárního zákona [Systém ASPI] PSP - Poslanecká sněmovna Parlamentu [cit. 2015-5-15] ASPI_ID LIT51419CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.
- Pracovní dokument Komise č. 52008SC0093* [online]. EUR-LEX, nedatováno. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52008SC0093:CS:HTML>.
- Priority spotřebitelské politiky 2015-2020* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z WWW: <http://databaze-strategie.cz/cz/mpo/strategie/priority-spotrebitelske-politiky-2015-2020?typ=struktura>.
- Přídavné látky (aditiva)* [online]. Brno: Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 11. prosince 2014. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1005724>.
- REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník. 2.*, nezměn. vyd. Voznice: Leda, 2012. 752 s. ISBN 978-80-7335-296-7.
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/4/ES: o kávových a cikorkových extraktech.
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/36/ES, o výrobcích z kakaa a čokolády.
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/111/ES, o některých druzích cukru.
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/113/ES, o ovocných džemech, rosolech a marmeládách a kaštanovém krému.
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/114/ES, o některých druzích zahusťeného nebo sušeného mléka pro lidskou výživu.
- Smlouvy o Evropské unii a Smlouvy o fungování Evropské unie 2012/C 326/49: Ustanovení čl. 288. *Úřední věstník C 326/49*.
- Státní veterinární správa* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, © 2009-2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/>.

- SUKOVÁ, Irena. *Průvodce označováním potravin*. 1. vyd. Praha: ÚZEI, 2008. 36 s. ISBN 80-7271-174-1.
- SUKOVÁ, Irena. *VITAL-2.0: nová koncepce regulace alergenů* [online]. Praha: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 3. prosince 2012. [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.agronavigator.cz/default.asp?ids=0&ch=15&typ=1&val=123775>.
- Usnesení Vlády České republiky ze dne 7. ledna 2015 č. 5 k návrhu Priorit spotřebitelské politiky 2015 – 2020* [online]. Praha: Vláda České republiky, 7. ledna 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: http://dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/priority-spotrebitelske-politiky.usneseni.pdf.
- Vítejte!* [online]. Brno: Státní zemědělská a potravinářská inspekce, © 2015. [cit. 2015-05-16]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/>.
- Vyhláška Ministerstva zemědělství č. 326/2001 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), g), h), i) a j) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, pro maso, masné výrobky, ryby, ostatní vodní živočichy a výrobky z nich, vejce a výrobky z nich, ve znění pozdějších předpisů.
- Výkladové stanovisko č. 22 Expertní skupiny Komise pro aplikaci nové civilní legislativy při Ministerstvu spravedlnosti ze dne 9. 4. 2014.
- World Health Organisation, Food and Agriculture Organization of the United Nations: Food Labelling (Codex Alimentarius), fifth edition, Rome, 2007, dostupný z WWW: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a1390e/a1390e00.pdf>.
- Zákon ČNR č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České socialistické republiky, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon ČNR č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon ČNR č. 128/1990 Sb., o advokacii, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon ČNR č. 200/1990 Sb., o přestupcích, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon ČNR č. 209/1990 Sb., o komerčních právnících a právní pomoci jimi poskytované, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

- Zákon ČNR č. 523/1992 Sb., o daňovém poradenství a Komoře daňových poradců České republiky, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 6/1993 Sb., o České národní bance, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 273/1993 Sb., o některých podmínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl, o změně a doplnění některých zákonů a některých dalších předpisů, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně některých souvisejících zákonů (veterinární zákon), ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství), ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 155/2010 Sb., kterým se mění některé zákony ke zkvalitnění jejich aplikace a ke snížení administrativní zátěže podnikatelů.
- Zákon č. 372/2011 Sb., o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zákon o zdravotních službách), ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.
- ZEMAN, Jiří. *Oborová příručka pro činnost: Ochrana spotřebitele: legislativa, ochrana práv spotřebitele, ochrana zájmů spotřebitele, zajištění bezpečnosti pro spotřebitele*. Praha: Hospodářská komora České republiky, Odbor Informačních míst pro podnikatele, říjen 2006. 53 s.

Přílohy

A Dotazník spotřebitele

Vážení spotřebitelé,

obracím se na Vás s žádostí o vyplnění tohoto anonymního dotazníku, který slouží ke sběru dat pro moji bakalářskou práci. Příslušnou odpověď zakroužkujte, popřípadě ji slovně vyjádřete do místa, které je pro ni vyhrazeno.

Děkuji za Váš čas.

Aneta Bárová

1.) Jaké je Vaše pohlaví?

- a) muž b) žena

2.) Jaký je Váš věk? Uved'te: _____

3.) Kde bydlíte?

- a) vesnice b) městys c) město d) statutární město

4.) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní b) vyučen c) střední s maturitou
d) vyšší odborná škola e) vysokoškolské

5.) Kontrolujete při koupi potravin, zda výrobek obsahuje informace stanovené zákonem (datum spotřeby, alergeny, váha surovin, popis v českém jazyce)?

- a) určitě ano b) spíše ano c) spíše ne d) určitě ne
e) nevím, nezajímá mě to

6.) Jestliže při koupi potravin některá či všechny z informací stanovených zákonem (viz předchozí otázka) chybí, odradí Vás to od koupě takového výrobku?

- a) určitě ano b) spíše ano c) spíše ne d) určitě ne
e) nevím, nezajímá mě to

7.) Zajímáte se při koupi potravin či jídla v restauraci apod. o obsah alergenů v nich?

- a) určitě ano b) spíše ano c) spíše ne d) určitě ne
e) nevím, nezajímá mě to

8.) Odradí Vás při koupi potravin či jídel v restauraci apod. případný výskyt alergenů, které by se v nich neměly objevit?

- a) určitě ano b) spíše ano c) spíše ne d) určitě ne
e) nevím, nezajímá mě to

9.) Jste si vědom/a skutečnosti, že na obalu s vyobrazeným pokrmem je často pouze „doporučené servírování“ (tzn. že balení neobsahuje ostatní věci)“?

- a) určitě ano b) spíše ano c) spíše ne d) určitě ne
e) nevím, nezajímá mě to

10.) Kolik času při koupi potravin průměrně věnujete prostudování informací o těchto produktech (alergeny, energetická hodnota, výživové hodnoty aj.)? Uveďte:

11.) Má pro Vás při koupi potravin význam místo jejich produkce (sklizeň či výroby)?

- a) určitě ano b) spíše ano c) spíše ne d) určitě ne
e) nevím, nezajímá mě to

12.) Může Vás při koupi nebalených potravin od jejich koupě odradit, pokud u nich uvedené informace jsou nedůvěryhodné?

- a) určitě ano b) spíše ano c) spíše ne d) určitě ne
e) nevím, nezajímá mě to

13.) Uveďte, jaká znáte práva spotřebitele:

14.) Uveďte, jaké znáte povinnosti spotřebitele:

15.) Uveďte, jaké znáte instituce na ochranu spotřebitele:

6.) V případě kladné odpovědi na předchozí otázku uveďte, čeho se taková (takové) stížnost (stížnosti) týkala (týkaly)?

- a) nevyhovující obal produktu
b) dodání prošlého zboží
c) obsah nežádoucích alergenů
d) nevyhovující označení zboží
e) něco jiného (uveďte): _____

7.) Je Vaše firma pojištěna pro případ, že v důsledku porušení právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele způsobí škodu?

- a) ano
b) ne
c) nevím, nepamatuji si

8.) Kdo se ve Vaší firmě stará o to, aby byly dodržovány předpisy na ochranu spotřebitele?

9.) Komunikuje Vaše firma s institucemi na ochranu spotřebitele?

- a) ano
b) ne
c) nevím, nepamatuji si

10.) Má Vaše firma snahu dostát všem svým povinnostem ve vztahu k právním předpisům v oblasti tzv. potravinového práva?

- a) ano
b) ne
c) nevím, nepamatuji si

11.) Domníváte se, že předpisy v oblasti potravinového práva a ochrany spotřebitele jsou u nás moc přísné?

- a) určitě ano
b) spíše ano
c) spíše ne
d) určitě ne
e) nevím, nezajímá mě to