Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií

Diplomová práce

Ochrana spotřebitele v oblasti zemědělských produktů

Bc. Kateřina Kulhánková

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra ekonomických teorií

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Kateřina Kulhánková

Podnikání a administrativa

Název práce

Ochrana spotřebitele v oblasti zemědělských produktů

Název anglicky

Consumer Protection in Area of Agricultural Products

Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je navrhnout řešení na ochranu spotřebitelů při nákupu zemědělských produktů. Dílčím cílem je zmapovat znalosti a zkušenosti spotřebitelů, jejich preference při nákupu, popřípadě při reklamaci. Tato práce má zároveň za cíl konfrontovat stávající a nový občanský zákoník.

Metodika

K dosažení hlavního cíle diplomové práce bude využito písemného dotazníkového šetření, kdy respondenti budou náhodně vybráni mezi širokou veřejností. Dotazníkové šetření bude obsahově zaměřeno na povědomí a znalost spotřebitelů v rámci ochrany spotřebitele (na jejich práva a povinnosti), jejich zkušenosti s nekalým obchodním jednáním a organizacemi na ochranu spotřebitele. V druhé části praktické části práce bude provedena analýza změn v občanském zákoníku a budou vyzdviženy přínosy a nedostatky, mající vliv na ochranu spotřebitelů.

Doporučený rozsah práce

60-80 stran

Klíčová slova

Ochrana spotřebitele, spotřebitel, občanský zákoník, zemědělské produkty, práva spotřebitelů

Doporučené zdroje informací

DUPAL, Libor, MICHALOVÁ, Irena, NOVÁK, Karel. Rádce spotřebitele, Rizika při
Grada, 2007. 164 s. ISBN 978-80-247-2201-6.
HOROVÁ, O. Ochrana spotřebitele. 2. vyd. V Praze: Oeconomica, 2004, 136 s. ISBN 80-245-
HOROVÁ, Olga. Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie. 1. vyd. Praha :
HOUDEK, Daniel. Jak úspěšně reklamovat: rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vyd. Praha :
nákupu zboží. 1. vyd. Brno : CP Books, 2005. 254 s. ISBN 80-251-0507-5.
Oeconomica, 2006. 186 s. ISBN 80-245-1106-1.
0690-4.
100 triků prodávajících: průvodce. 1. vyd. Praha : SOS – Sdružení obrany spotřebitelů,
2007. 33 s. ISBN 978-80-254-1329-6.

Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

Vedoucí práce

Ing. Roman Svoboda, Ph.D.

Elektronicky schváleno dne 12. 2. 2014

doc. Ing. Josef Brčák, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 17. 03. 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Ochrana spotřebitele v oblasti zemědělských produktů" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 20. března 2015 _____

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu práce Ing. Romanovi Svobodovi, Ph.D. za jeho cenné rady, podnětné připomínky a vstřícný přístup při vedení této diplomové práce.

Ochrana spotřebitele v oblasti zemědělských produktů

Consumer Protection in Area of Agricultural Products

Souhrn

Diplomová práce se zabývá ochranou spotřebitele z hlediska zemědělských produktů. Ochrana spotřebitele je důležitou součástí života každého z nás a proto ji nesmíme my – spotřebitelé, ani stát opomíjet. Teoretická část práce je zaměřena na samotný pojem spotřebitele a jeho ochranu, dále je v ní shrnuta legislativní úprava týkající se ochrany spotřebitele a jsou zde také objasněny požadavky, které jsou zapotřebí k ochraně spotřebitele v oblasti zemědělských produktů (označení potravin, povinné náležitosti obalů aj.). V neposlední řadě je teoretická část práce zaměřena také na existenci organizací, které se zabývají ochranou spotřebitele. V praktické části je proveden výzkum o informovanosti spotřebitelů v této problematice. Výzkum je prováděn formou dotazníkového šetření. Hlavním cílem diplomové práce je navrhnout řešení na ochranu spotřebitelů při nákupu zemědělských produktů. Dílčím cílem práce je zmapovat znalosti a zkušenosti spotřebitelů, jejich preference při nákupu potravin, jejich zkušenosti s nekalým obchodním jednáním a organizacemi na ochranu spotřebitele. Tato práce zároveň konfrontuje stávající občanský zákoník a občanský zákoník platný do 31. 12. 2013.

Summary

This diploma thesis deals with the consumer protection in terms of agricultural products. The consumer protection is an integral part of our lives and we – consumers and polity mustn´t ignore it. The theoretical part of this thesis focuses on describing the term "consumer" itself and the protection. It also contains appropriate legal regulation and requests that are necessary for the consumer protection in terms of agricultural products such as: packaging signification, obligatory packaging terms etc. Existing organizations for consumer protection are also named in the theoretical part. The research on consumer awareness in this area is done in the second practical part of the thesis. The research is made by survey. The main goal of the diploma thesis is to suggest the solution for the consumer protection at buying agricultural products through mapping consumer´s knowledge and experience; their preferences at food purchases; their experience with unfair business and organizations for consumer protection. This diploma thesis also confronts current and original civil code.

Klíčová slova: Ochrana spotřebitele, spotřebitel, občanský zákoník, zemědělské produkty, práva spotřebitelů

Keywords: Consumer proteciton, consumer, agricultural products, Civil Code, consumer rights

Obsah

1. Úvod 10
2. Cíl práce a metodika 12
3. Teoretická část 14
3.1. Chráněný subjekt – spotřebitel 14
3.2. Ochrana spotřebitele a její legislativní úprava 15
3.3. Práva a povinnosti spotřebitele 19
3.4. Požadavky na ochranu spotřebitele v oblasti zemědělských potravin 21
3.4.1. Označování potravin 21
3.5. Kvalita potravin a jejich kontrola 26
3.6. Organizace zabývající se ochranou spotřebitele v oblasti zemědělských komodit . 31
3.6.1. Ministerstvo průmyslu a obchodu 31
3.6.2. Ministerstvo zemědělství 32
3.6.3. Občanské spotřebitelské organizace 35
3.6.4. RASFF 37
3.6.5. EFSA 38
4. Praktická část 39
4.1. Komparace 39
4.2. Dotazníkové šetření 41
4.2.1. Struktura dotazníku 42
4.2.2. Vzorek respondentů 43
4.2.3. Analýza výsledků dotazování 45
5. Zhodnocení výsledků a doporučení 70
Závěr 72
Seznam použitých zdrojů 74
Příloha č. 1: Dotazník 77

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Značení výživových údajů na potravinách 24

Seznam tabulek

Tabulka 1: Lze na obalech potravin najít „záruku kvality”? 55

Seznam grafů

Graf 1: Pohlaví respondentů 43
Graf 2: Věková struktura respondentů 44
Graf 3: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů 44
Graf 4: Čistý měsíční příjem respondentů 45
Graf 5: Nakupujete potraviny pro Vaši domácnost? – dle příjmů 46
Graf 6: Jak často nakupujete potraviny? – podle věku 47
Graf 7: Když nakupujete potraviny, kontrolujete jejich složení? – dle vzdělání respondentů. 48
Graf 8: V případě, že potřebujete poradit se složením potraviny, na koho se obrátíte? – dle věku 49
Graf 9: Co na obalech potravin vyhledáváte nejčastěji? 50
Graf 10: Myslíte si, že je rozdíl mezi datem minimální trvanlivosti a použitelnosti? – dle vzdělání 50
Graf 11: Sledujete datum minimální trvanlivosti před zakoupením produktu? – ANO - podle vzdělání 51
Graf 12: Sledujete datum minimální trvanlivosti před zakoupením produktu? – ANO - podle příjmů 51
Graf 13: Jak často sledujete datum minimální trvanlivosti? 52
Graf 14: Jaké náležitosti jsou podle Vás na obalech potravin povinné dle Zákona 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele? 53
Graf 15: Jaké náležitosti jsou podle Vás na obalech potravin povinné dle Zákona 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele? – dle pohlaví 54
Graf 16: Lze na obalech potravin najít „záruku kvality“ ? 55
Graf 17: Jaké označení v České republice tuto kvalitu spotřebiteli zabezpečuje? – dle příjmů 56
Graf 18: Jaký je pro vás rozhodující faktor při nákupu potravin? – dle věku 57
Graf 19: Myslíte si, že existují lhůty na vrácení potravin? – dle pohlaví 58
Graf 20: Kolik dní máte na vrácení balených potravin, resp. jaká je jejich záruční doba s ohledem na datum minimální trvanlivosti? – dle příjmů 59
Graf 22: Kolik dní máte na vrácení balených potravin, resp. jaká je jejich záruční doba s ohledem na datum minimální trvanlivosti? – dle věku 60
Graf 21: V jaké lhůtě lze reklamovat lahůdky, chlebíčky, pomazánky na váhu aj.: 60
Graf 23: Znáte pojem GM potraviny (geneticky modifikované potraviny)? – dle příjmů 61
Graf 24: V jakých případech musí, podle Vašeho názoru, být GM potraviny označeny? – dle pohlaví 62
Graf 25: Je podle Vás v České republice informovanost spotřebitele o jeho ochraně na dobré úrovni? – dle věku 63
Graf 26: Na jakou instituci se obrátíte v případě, že jste zakoupili zdravotně závadné produkty živočišného původu, např. maso, mléko, vejce? – rozložení dle věku a pohlaví u odpovědi Česká obchodní inspekce 64

Graf 27: Na jakou instituci se obrátíte v případě, že jste zakoupili zdravotně závadné produkty živočišného původu, např. maso, mléko, vejce? – rozložení dle věku a pohlaví u odpovědi Státní veterinární správa 64
Graf 28: Existují v ČR občanské spotřebitelské organizace na ochranu spotřebitele? – dle příjmů 65
Graf 29: S jakými občanskými organizacemi zabývající se ochranou spotřebitele jste již setkal/a? - dle vzdělání 66
Graf 30: S jakými klamavými obchodními praktikami v souvislosti s nákupem potravin jste se již setkal/a? – dle věku 68
Graf 31: V případě, že při nákupu potravin narazíte na problémy uvedené v předchozí otázce, se zachováte: o problému povím rodině, přátelům či známým - dle příjmů 69

1. Úvod

V současné době je ochrana spotřebitele téma, které je skloňováno v různých odvětvích, přesto málokterý občan má dostatečné informace o svých spotřebitelských právech a povinnostech. Neznáme svá práva, nevíme, na koho a kam se obrátit a v neposlední řadě neumíme chránit své zájmy. Obzvláště teď, když začal platit nový občanský zákoník. Neznalost zákonů nás nezbaví zodpovědnosti za naše chování v obchodě. Mnozí spotřebitelé si neuvědomují, že jejich práva a povinnosti vstupují do jejich spotřebitelského života každým dnem, a že nátlak ze strany prodejců a výrobců se zvyšuje a proto je nutné mu čelit dostatečnou znalostí občanského zákoníku. Spotřebitel, který je vždy v pozici nakupujícího, je tou slabší stranou ve vztahu k prodávajícím. Je třeba mu poskytovat zvýšenou ochranu prostřednictvím vnitrostátních a unijních norem.

Ochrana práv a povinností spotřebitele není pouze pro správné a bezpečné chování spotřebitele, ale je také znakem vyspělé politiky každého státu. Stát by se měl snažit prostřednictvím právní regulace stanovit nejpřesnější podmínky ve vztahu mezi spotřebitelem a prodejcem, případně výrobcem. Důležité ji při stanovení podmínek, které určují vztahy mezi výše zmíněnými subjekty, brát na vědomí, že spotřebitelé jsou hybnou silou, která přispívá ke zlepšování kvality života každého spotřebitele. S rozvíjejícím se světem se nám sice dostávají stále větší možnosti mít vše, co si přejeme, ale za jakou cenu? Skutečně máme zájem o sezonní potraviny prodávané celoročně, kdy krásně červená a svěže vypadající rajská jablka nejsou čerstvá? Kdy u pekárenských výrobků již běžně vídáme označení „ze zmrazeného polotovaru“, protože v případě čerstvě napečených rohlíků bude jejich cena výrazně vyšší? Současná doba je pro obyvatelstvo velmi stresující, dynamicky rostoucí a ovlivňuje tak každého člověka a způsob jeho stravování, kdy je kladen stále větší důraz na zdravý životní styl.

Kvůli tomu, že je spotřebitel považován za slabší stranu smluvního vztahu, vznikly organizace zabývající se ochranou spotřebitele. Ochrana spotřebitele je důležitá, neboť mu dává pocit jistoty a vědomí, že v případě problémů se na patřičnou organizaci může obrátit. Jenže málokdo z nás tyto „služby“ využívá. Sami se zamysleme nad tím, kolikrát jsme se setkali s problémem při nákupu ať už potravin, elektrických zařízení či jiných produktů a kolikrát jsme se obrátili na organizace, které nám „pomocnou ruku“ podávají. Představme si situaci, kdy jdeme nakupovat potraviny do supermarketu. Samozřejmě většinou nakupujeme ve stresu, protože čas je v dnešní době vzácný pro každého z nás, a tak do košíku dáváme, co nám do ruky zrovna padne. Kolikrát se během nakupování zastavíme, abychom si

zkontrolovali datum použitelnosti, tedy tvrzení „Spotřebujte do …“? Kolikrát si přečteme, kde byla potravina vyrobena či jaké má složení? Případně jaká cena a hmotnost je uvedena na patřičné cenovce. Po nákupu jsme překvapeni, neboť brambory jsou napůl shnilé, navíc jsme je koupili za jinou cenu, než bylo uvedeno v akčním letáku. V této chvíli bychom se měli zastavit a podniknout patřičné kroky k tomu, abychom informovali jednu z organizací, která se zabývá naší ochranou a upozornili tak další spotřebitele. Také bychom se měli říct, že již do stejného supermarketu nevstoupíme, když klame své zákazníky. Bohužel to většina z nás opomine, a přesto se vrací do stejného marketu pro stejné potraviny. Daný supermarket není za své chyby postižen, zákazníci mu přibývají a on pokračuje dál v klamání svých zákazníků. Nedivme se, že obchodníci nemají, resp. nemusí mít snahu zavděčit se svým zákazníkům, jelikož to oni sami nevyžadují.

2. Cíl práce a metodika

Hlavním cílem této práce je navrhnout řešení na ochranu spotřebitelů při nákupu zemědělských produktů a pomocí dotazníkového šetření zmapovat znalosti a zkušenosti spotřebitelů, jejich práva a povinnosti, chování spotřebitelů při nákupu potravin a jejich postoj ke kvalitním produktům. Tato práce má rovněž za cíl konfrontovat Zákon č. 89/2012, občanský zákoník platný od 1. 1. 2014 a Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník platný do 31. 12. 2013.

Diplomová práce je standardně členěna na dvě části – teoretickou a praktickou. Teoretická část této práce je rozdělena na podkapitoly, které mají za úkol přiblížit problematiku ochrany spotřebitele v oblasti zemědělských produktů, neboli potravin. V první kapitole teoretické části je definován pojem spotřebitele, neboť každý z nás – spotřebitelů, prodejců, výrobců – si tento pojem může vyložit několika způsoby. Druhá kapitola se zabývá ochranou spotřebitele a jeho legislativní úpravou, v rámci které jsou vymezeny zákony, dle kterých se účastníci na trhu musí řídit. Dále je v této kapitole popsáno, jakých nekalých obchodních praktik a klamavého obchodního jednání se v poslední době prodejci dopouští. V pořadí třetí kapitola teoretické části se zaměřuje na práva a povinnosti spotřebitele. V současné době je definováno 8 práv spotřebitelů Mezinárodní organizací spotřebitelů „Consumers International“. Na začátku následující kapitoly jsou definovány zemědělské produkty, jakožto potraviny s výživnou, nutriční hodnotou. Jednou z povinností výrobců a prodávajících je označovat produkty takovým způsobem, aby údaje na nich byly snadno viditelné, srozumitelné, nesmazatelné a pravdivé. Jsou zde tedy uvedeny požadavky, které jsou kladeny na výrobce (prodejce) z hlediska označování potravin. To znamená, jaké povinné náležitosti musí obaly potravin splňovat a jakým způsobem mají být vyznačeny. Dále je tato kapitola zaměřena na rozdílnost pojmů – datum minimální trvanlivosti a datum použitelnosti. V souvislosti s označováním potravin se pojí pojmy GDA a GM potraviny, které jsou zde blíže specifikovány. V páté kapitole se čtenáři setkají s kvalitou potravin a její kontrolou. Kvalita potravin je velmi široký pojem a patří mezi faktory, které určují konkurenceschopnost produktů. Pro hodnocení kvality potravin jsou stanoveny rozdílné aspekty, které jsou v této kapitole popsány. Jsou zde uvedeny označení, které spotřebitelům zaručují jistou kvalitu daného výrobku. Poslední kapitola teoretické části je věnována organizacím, které se zabývají ochranou spotřebitele. Vznik organizací zabývajících se ochranou spotřebitele vyvstává z legislativních požadavků, které musí být kontrolovány. V České republice existují organizace jak státní, které spadají pod Ministerstvo průmyslu a obchodu či Ministerstvo zemědělství, tak občanské, které vznikly iniciativou občanů.

Praktická část této diplomové práce je zaměřena na konfrontaci změn, vzniklých vstupem platnosti Nového občanského zákoníku, tedy od 1. 1. 2014 a občanským zákoníkem platným do 31. 12. 2013. Porovnání výše uvedených zákonů je provedeno pouze na obecné úrovni, neboť vstup Nového občanského zákoníku se oblasti potravinových produktů blíže nedotknul. V praktické části je dále využito dotazníkového šetření, pomocí kterého jsou zmapovány znalosti a zkušenosti spotřebitelů, jejich práva a povinnosti a v neposlední řadě jejich postoj ke kvalitním produktům. Dále je analyzováno chování spotřebitelů při nákupu potravin a jejich znalost organizací, které jim k jejich ochraně napomáhají.

3. Teoretická část

3.1. Chráněný subjekt – spotřebitel

Vymezení pojmu spotřebitele je žádoucí, neboť tento pojem tvoří základní prvek v ochraně spotřebitele. Definic výše zmíněného pojmu můžeme v dnešní době najít několik. Také máme několik možností, kde právě pojem spotřebitele lze najít - odborné publikace, internet - a záleží jen na každém z nás, kterému prostředku dáme přednost. Pojem „spotřebitel“ v sobě zahrnuje vše, co spotřebováváme, bez ohledu na to, zda to sami nakupujeme[1]. Každá z definic spotřebitele je úplně jiná, ale přesto výstižná. Spotřebitele lze také popsat jako dalšího účastníka trhu, který je subjektem vznikajících právních vztahů, ale také i možným objektem nepoctivého chování ze strany podnikatelů[2]. Mimo jiné i podnikatele (právnickou osobu, či organizace) můžeme označit jako spotřebitele, neboť i on nakupuje, užívá a spotřebovává zakoupené zboží, avšak ne pro účely dalšího podnikání. V neposlední řadě je za spotřebitele také považována každá domácnost, jelikož nakupuje výrobky a služby k tomu, aby uspokojila své požadavky. Kotoučová (2007) vymezila spotřebitele následujícími znaky: jedná se o osobu, která jedná, nakupuje zboží a využívá služby k vlastním potřebám, jedná se o konečného konsumenta a jeho účel jednání má neprofesní charakter[3]. Avšak pro zcela přesné vymezení pojmu spotřebitele bychom měli využít naši legislativu, kde definice spotřebitele dle Zákona 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále jen „ZOS“) zní následovně: „*Spotřebitelem je fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání*“. Dle nového občanského zákoníku „*Spotřebitelem je každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná*“[4]. Se vstupem do Evropské unie bychom měli dbát i na znalost směrnic Evropské unie, která označuje za spotřebitele pouze fyzickou osobu, jež jedná za účelem, který je mimo oblast její činnosti podnikání nebo profese[5]. V souvislosti s pojmem spotřebitele byl vymezen model průměrného spotřebitele, který má za úkol „aplikovat pojem spotřebitele do reality“. Model průměrného spotřebitele je vymezen tzv. normativním modelem, kdy definice vyvstala z rozhodovací praxe soudů a je zakořeněna i v rámci směrnice Evropského parlamentu a

[1] VYSEKALOVÁ, Jitka. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 356 s. Expert (Grada),s.35
[2] HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 2. V Praze: Oeconomica, 2004, 136 s., s.7
[3] KOTOUČOVÁ, Jiřina a Zbyněk ŠVARC. *Ochrana spotřebitelů: (vybrané otázky právní úpravy)*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1262-4.
[4] Nový občanský zákoník 89/2012 Sb.,§419
[5] EUR-Lex: Přístup k právu Evropské unie. *EUR -Lex* [online]. © Evropská unie, 1998-2014 [cit. 2014-08-06]. Dostupné z: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31985L0577:cs:HTML

Rady č. 2005/29/ES ze dne 11. května 2005, o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu. Průměrný spotřebitel je tedy takový spotřebitel, který je dostatečně informován a je v rozumné míře pozorný a opatrný, a to s ohledem na sociální, jazykové a kulturní zvyky[6].

3.2. Ochrana spotřebitele a její legislativní úprava

Ochranou spotřebitele rozumíme zajištění právní ochrany spotřebitele. Dle Horové (2004) se jedná *„o systematickou, cílevědomou činnost občanů a vlády státu, směřující k posílení postavení spotřebitele na trhu a k zajištění a udržování přiměřené ochrany mezinárodně uznaných práv spotřebitele“.*[7] Cílem ochrany spotřebitele je zabezpečení toho, aby se prodávající při prodeji výrobků a poskytování služeb nechoval v rozporu s dobrými mravy. Dobrými mravy neboli zásadami slušného chování se rozumí chování, které je v souladu s obecně uznávanými zásady a pravidly slušnosti. Jedná se především o diskriminaci a klamání spotřebitele. Diskriminaci lze chápat jako rozlišování sobě rovných subjektů, kdy jeden subjekt je zvýhodňován před druhým. V případě zvýhodnění určitého subjektu se jedná o tzv. pozitivní diskriminaci, v opačném případě, kdy je daný subjekt poškozen, mluvíme o negativní diskriminaci. Zatímco zákaz jakékoli diskriminace lze najít již v Listině základních práv a svobod, zákaz diskriminace spotřebitele je stanoven v §6 ZOS. Zákaz diskriminace spotřebitele vyvstalo z potřeby odstranění obchodní praktik, které zvýhodňují/poškozují spotřebitele. S prvním zvýhodněním spotřebitele se můžeme setkat již při uzavírání kupní smlouvy, která by měla být uzavírána za shodných podmínek. Důležitou formou diskriminace je diskriminace cenová. Jako příklad lze uvést situaci, kdy byly v České republice určité výrobky označeny vyššími cenami pro cizince (tj. poškozený subjekt) a tím docházelo k pozitivní diskriminaci českých občanů. Dalším specifickým chováním prodejce, které je v rozporu s dobrými mravy, je klamání spotřebitele. Jednoduše řečeno je to chování prodávajícího, které uvádí spotřebitele v omyl. Klamání spotřebitele neboli klamavé obchodní praktiky nalezneme v §5 ZOS. Tento paragraf čítá pod sebou pět odstavců, které vymezují klamavé obchodní praktiky. Ustanovení vyjmenovává typické příklady klamavého jednání, mezi něž např. patří: užití nepravdivého údaje, opomenutí uvedení důležitého údaje, případně uvedení důležitého údaje nesrozumitelným či nejednoznačným způsobem. V neposlední řadě

[6] Definice spotřebitele dle NOZ - některé aspekty průměrného spotřebitele dle současné judikatury. *Epravo.cz* [online]. Praha: © epravo.cz, a.s, 14.5.2014 [cit. 2014-08-06]. Dostupné z: http://www.epravo.cz/top/clanky/definice-spotrebitele-dle-noz-nektere-aspekty-prumerneho-spotrebitele-dle-soucasne-judikatury-94146.html

[7] HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 2. V Praze: Oeconomica, 2004, 136 s., s.15

je nutné zmínit taktéž agresivní obchodní praktiky, které se vyvinuly z již zmíněných klamavých obchodních praktik. S agresivními obchodními praktikami se v posledních letech setkáváme velmi často. Na tento typ praktik byl vytvořen i dokumentární film „Šmejdi“, který upozorňuje na agresivitu prodejců. Dle §5a ZOS je agresivní obchodní praktika taková praktika, která obtěžováním, donucováním, vč. použitím sil nebo nepatřičným ovlivňováním snižuje možnost svobodné volby rozhodování spotřebitele. Ochranou spotřebitele se taktéž rozumí informační povinnost ze strany prodejce, která je stanovena v § 9 ZOS. Prodávající je povinen dle tohoto ustanovení řádně informovat spotřebitele o vlastnostech prodávaných výrobků, o způsobu použití a údržby výrobků, a taktéž o nebezpečí, které vyplývá z jeho nesprávného použití a údržby. Této povinnosti se prodávající nemůže vyhnout ani v případě, že mu informace nebyly od výrobce, dodavatele či dovozce poskytnuty. V tomto případě je důležité zmínit § 11 ZOS, dle kterého musí být informace na výrobku v českém jazyce. Další povinností prodávajícího je označení výrobků srozumitelně, tj. takové označení, kterému rozumí běžný spotřebitel. Mimo jiné je nutné, aby prodávající informoval spotřebitele o ceně výrobku. Tento požadavek je zakotven v § 12 ZOS, který dále odkazuje na Zákon č.526/1990 Sb., o cenách. Prodávající je tedy povinen seznámit spotřebitele s cenou před koupí produktu a dále musí označit zboží takovou cenou, která je uplatňována v okamžiku nabídky. V případě balených výrobků je potřeba, aby byla určena cena baleného výrobku a také cena za měrnou jednotku množství výrobku. Důležitou součástí ochrany spotřebitele je reklamace. ZOS prodejci ukládá povinnost, aby spotřebitele řádně informoval o rozsahu, podmínkách a způsobu odpovědnosti za vady výrobků a služeb vč. údajů o tom, kde a jak lze reklamaci uplatnit.

Jedním ze základních a nejdůležitějších předpisů je již několikrát zmíněný Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele a jeho pozdější úpravy. Z výše uvedeného vyplývá, že tento zákon obsahuje povinnosti, které musí plnit prodávající při nabízení výrobků, příp. poskytování služeb. Zákon mimo jiné stanoví náležitosti dokladu o zakoupení zboží nebo poskytnutí služby. Překvapující informací je schválení tohoto zákona k datu 16. 12. 1992, kdy účinnosti nabyl již čtrnáct dní po schválení, tedy 31. 12. 1992. Potřeba tohoto zákona vyvstala z principů „Směrnice OSN na ochranu spotřebitele“, která je považována za mezinárodně uznávaný dokument pro ochranu spotřebitele. Důležité je zmínit, že ačkoliv zákon platí již od roku 1992, neustále dochází k jeho novelizacím, aby byla vytvořena stejná úroveň ochrany spotřebitele, jak v České republice, tak v rámci členských zemí Evropské unie. Nelze také opomenout Zákon č.22/1997, o technických požadavcích na výrobky, jehož účelem je umožnění pružného zavádění nových výrobků na trh, vč. plné odpovědnosti výrobce/dovozce

za bezpečnost výrobku. Dalším důležitým předpisem je Zákon č.59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku. Hlavním důvodem tohoto zákona je učinit opatření v případě způsobení škody vadným výrobkem. Dalším významným zákonem je Zákon č.110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. Tento zákon obsahuje povinnosti podnikatelů, které musí dodržovat při výrobě potravin, jejich uvádění do oběhu a stanovuje státní dozor nad dodržováním povinností vyplývajících z výše uvedeného zákona. Je důležitým prostředkem vlády pro zajištění nezávadnosti a bezpečnosti veškerých druhů potravin. Tímto zákonem je prodávajícímu zakázáno, aby uváděl na trh potravin, které:

- nesplňují požadavky na zdravotní nezávadnost a nejsou schváleny,
- jsou omezeně spotřebitelné a spotřebitel není schopen omezenou spotřebu rozpoznat,
- mají prošlé datum použitelnosti,
- mají prošlé datum minimální trvanlivosti a spotřebitel na to není upozorněn,
- jsou neoznačené, příp. mají nedostatečné, či nesprávné označení,
- jsou baleny v obalech, které nesplňují požadavky na hygienickou nezávadnost,
- jsou mechanicky znečištěny nad danou mez,
- jsou klamavě označeny.

Důležitým pojmem v tomto zákoně je datum použitelnosti[8] – tj. „*datum ukončující dobu, po kterou si potravina podléhající rychlé zkáze, při dodržování skladovacích podmínek, zachová své specifické vlastnosti a splňuje požadavky na zdravotní nezávadnost a po které nesmí být uváděna do oběhu"*. Rozdílným pojmem je datum minimální trvanlivosti, který bývá často s datem použitelnosti zaměňován díky neznalosti spotřebitelů. Je to tedy „*minimální doba, po kterou si potravina zachovává specifické vlastnosti při dodržování skladovacích podmínek a splňuje požadavky na zdravotní nezávadnost"*[9]. Klíčový význam má také Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, který zajišťuje volný pohyb zboží a bezpečnost výrobků. Dle směrnice Evropské unie se za bezpečný výrobek považuje pouze ten výrobek, jehož správné, případně nepředvídatelné používání nepředstavuje žádné nebo jen minimální nebezpečí.

Nezbytnou část právní ochrany spotřebitele zajišťuje Zákon č.89/2012 Sb., nový občanský zákoník (v tomto případě se jedná o občanský zákoník, který vešel v účinnost 1. 1. 2014). Občanský zákoník je základním soukromoprávním předpisem. V předešlých

[8] Informace pro spotřebitele. *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. Brno, 12.9.2011 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1001188&docType=ART&nid=11342
[9] HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 2. V Praze: Oeconomica, 2004, 136 s., s.34

letech byl důležitým opěrným bodem v ochraně spotřebitele i Zákon č.513/1991 Sb., obchodní zákoník který od 1. 1. 2014 pozbyl platnosti. Někoho by mohlo zajímat, jakým zákoníkem se měl spotřebitel řídit, když byl účinný jak občanský, tak obchodní zákoník. Odpověď byla jednoznačná. Byl-li alespoň jeden z účastníků smluvního vztahu na trhu nepodnikatelem, řídil se takový vztah občanským zákoníkem. Samozřejmě se zde muselo přihlédnout k tomu, zda se účastníci smluvního vztahu nedohodli jinak, avšak s podmínkou, že budou souhlasit všichni. Obchodním zákoníkem se smluvní vztah řídil tehdy, pokud spotřebitel podepsal záruční list.[10]

Dne 1. ledna 2015 vstoupila v platnost novela Zákona č.110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, která s sebou přinesla několik změn. Jedna ze změn je povinnost prodejen zveřejňovat u vchodu seznam pěti státu, odkud odebírají nejvíce zboží. Ovšem tato změna je značně kritizována, neboť nemá dostatečnou vypovídací schopnost. To, že produkt např. pochází ze Španělska, neznamená, že byl také ve Španělsku vyroben. Vyvěšený seznam pěti států u vchodu prodejen tak pouze informuje o zemi, ze které byly výrobky pořízeny před uvedením na český trh, avšak ne o skutečném původu sortimentu.

Další novinkou je označení Česká potravina, které bude moct spotřebitel nalézt na produktu od 1. dubna 2015. Toto označení by se mělo nacházet na potravinách, které dle ministerstva zemědělství musí obsahovat minimálně 75 procent českých surovin[11].

Pokud spotřebitel nakupuje nebalené potraviny (salámy, uzeniny, sýry, saláty či lahůdky) u prodejních pultů, musí mu prodejce na vyžádání povinně sdělit jejich složení. U prodejního pultu musí být také zobrazen seznam alergenů, které potraviny obsahují. Další podstatnou změnu zaznamenal s touto novelou také obal potravin, na němž nesmí být jakýkoliv z povinných údajů napsán menší velikostí než je 1,2mm (dosud si prodejci mohli vybrat mezi velikostí 1,2 mm a 0.9 mm). Ochranu spotřebitele by také měly zvýšit sankce, které budou prodejcům udělovány za porušování jejich povinností. V případě porušení povinností administrativní povahy může prodejce obdržet sankci do 1 milionu korun, v případě klamání zákazníka či nedodržení bezpečnostních požadavků se sankce může vyšplhat až do výše padesáti milionu korun. Dle Šímové[12] (místopředsedkyně představenstva

[10] Otázky a odpovědi spotřebitelského práva. *Businesscenter.cz* [online]. HAVIT, s.r.o., © 1998 - 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/ochrana_spotrebitele/otazky-odpovedi.aspx

[11] Seznam původu zboží v supermarketech by se měl podle potravinářů změnit. In: *Rozhlas* [online]. 6.1.2015 [cit. 2015-01-22]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/politika/_zprava/seznam-puvodu-zbozi-v-supermarketech-by-se-mel-podle-potravinaru-zmenit--1440437

[12] Novela zákona o potravinách a její dopad na doplňky stravy. In: *Medical Tribune CZ* [online]. 2.12.2014 [cit. 2015-01-22]. Dostupné z: http://www.tribune.cz/clanek/34617-novela-zakona-o-potravinach-a-jeji-dopad-na-doplnky-stravy

České asociace pro speciální potraviny) má novela Zákona č.110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích přinést pro koncové spotřebitele větší ochranu, jak už z hlediska výše uvedených postihů pro výrobce, tak i pro distributory potravin, které zákon přináší. Dalším úkolem novely je zajištění více informací pro spotřebitele a tím zjednodušit i jejich výběr potravin, jak balených, tak nebalených.

3.3. Práva a povinnosti spotřebitele

Nerovnost mezi smluvními stranami na trhu způsobuje větší zranitelnost spotřebitele, který je výrazně slabším subjektem vůči velkým podnikům. Proto bylo nezbytné vymezit jeho spotřebitelská práva a povinnosti, které mu mohou zajistit lepší postavení na trhu.
Již v roce 1962 zformuloval americký prezident John Fitzgerald Kennedy první čtyři práva spotřebitele. Těmito právy jsou:

- právo na bezpečnost;
- právo na informace;
- právo na výběr;
- právo být vyslyšen[13].

Spotřebitelská práva definovaná J. F. Kennedym vytvořila základ novodobé moderní ochrany spotřebitele. V současné době je definováno 8 práv spotřebitelů Mezinárodní organizací spotřebitelů „Consumers International“, které navázaly na první spotřebitelská práva z roku 1962. Mezi tato práva patří:

- právo na bezpečnost – právo spotřebitele na výrobky (především hračky, kosmetické výrobky, elektrospotřebiče, atd.), neohrožující jeho zdraví a bezpečnost;
- právo na volný výběr – právo na koupi výrobků za přijatelnou cenu a v přijatelné kvalitě;
- právo na odškodnění – právo na náhradu škody, či za vadné výrobky;
- právo na informace – právo na získání objektivních a věrohodných informací o výrobku (např. o vlastnostech výrobku, o jeho užívání, o výkonu, aj.);
- právo na vzdělání – právo stát se racionálně se rozhodujícím spotřebitelem;
- právo na základní potřeby – právo na uspokojení základních nezbytně nutných potřeb spotřebitelů (potraviny, voda, bydlení, vzdělání, zdravotní péče, atd.)

[13] HOROVÁ, Olga: *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské Unie.* 1. vydání Praha: Oeconomica, 2006. 185 s. ISBN 80-245-1106-1

- právo na životní prostředí - právo na výrobky, které neohrožují životní prostředí, ani během jejich výroby;
- právo na zastupování – právo na ochranu spotřebitele pomocí spotřebitelských organizací[14].

Nejen, že spotřebitel má určitá práva, musí také plnit spotřebitelské povinnosti, které na jeho práva úzce navazují. Jedná se o následující: zájem o zdraví, odpovědné rozhodování, uplatnění nároku na odškodnění, zájem o informace, vzdělávat se, aktivní účast v ochraně spotřebitelů, uplatňování nároku na základní potřeby a dodržování ekologických pravidel[15].

[14] HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 2. V Praze: Oeconomica, 2004, 136 s., s.11
[15] HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele po vstupu do EU*. Praha: Oeconomica, 2006. 186 s

3.4. Požadavky na ochranu spotřebitele v oblasti zemědělských potravin

Potraviny jsou důležitou součástí našeho dne a se stále se zvyšujícím rozsahem jejich nabídky, vyvstává potřeba větší ochrany spotřebitele. Je to oblast, kterou bychom měli pečlivě znát, neboť velmi ovlivňuje náš život a naše zdraví. Při výběru potravin nejde pouze o to, co nakupujeme, ale jak s potravinou následně manipulujeme (upravujeme, spotřebováváme). Člověk by měl být pozorný a opatrný s manipulací, neboť se ze zdravotně nezávazné stane velmi snadno potravina závadná. Stačí, abychom si popletli již zmíněné datum použitelnosti či datum minimální spotřeby. Avšak v těchto situacích nejde především o nás, spotřebitele, ale důležitou roli zde hrají prodávající (dodavatelé, výrobci, distributoři).

Potraviny lze charakterizovat jako poživatiny s výživnou, nutriční hodnotou, zatímco pochutiny představují poživatiny s nepatrnou výživnou hodnotou, např. pitná voda, houby, koření, aj. Jedinou výjimku ve skupině pochutin tvoří alkohol, který má ve většině případech vysokou energetickou hodnotu. Do pochutin lze zařadit i tzv. potravní doplňky, které můžeme popsat jako přírodní látky mající dietní a zdravotní význam a jsou doplňkem k běžné stravě[16]. Mezinárodní organizace WHO (World Healthy Organization) definuje potraviny jako látku nebo výrobek v jakékoli podobě určený ke spotřebování člověkem. Jedná se tedy i o výrobky, jež můžou být ve stádiu rozpracování.

3.4.1. Označování potravin

Jakákoli slova, údaje, ochranné známky, obchodní značky, vyobrazení nebo symboly jsou považovány za "označení". Tyto zmíněné údaje nalezneme na obalu, dokladu, nápisu nebo etiketě. Označení tedy zahrnuje, jak text, tak i grafické symboly a marketingová sdělení. Označování potravin je tedy velmi složitá oblast, neboť musí být respektovány požadavky, které jsou předepsané z hlediska Evropské unie (vice než 40 právních předpisů), ale také z hlediska národních předpisů, které si stanoví každý stát. V mezinárodním obchodu s potraviny jsou požadavky určeny v normách a směrnicích Codex Alimentarius. Dále jsou stanoveny požadavky na označování potravin jak na horizontální úrovni, tak na vertikální úrovni. Horizontální úroveň zahrnuje obecné požadavky, jež jsou platné pro všechny potraviny, zatímco vertikální úroveň pojednává o zvláštních požadavcích pro určité druhy potravin, které

[16] ČERVENKA, Jaroslav. *Jakost a certifikace potravin*. Vyd. 2., přeprac. Praha: Provozně ekonomická fakulta ČZU v Praze ve vydavatelství Credit, 2001, 186 s. ISBN 80-213-0762-5.

najdeme v různých právních předpisech. Právě zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích ve znění pozdějších předpisů zahrnuje základní požadavky na označování všech potravin. Zvláštní požadavky jsou ukotveny v prováděcích vyhláškách k zákonu a zároveň ve veterinárním zákonu (dle něho jsou stanoveny požadavky pro označování produktů živočišného původu).

Jak už bylo zmíněno v kapitole 3.2. Ochrana spotřebitele a její legislativní úprava, nedílnou součástí povinností prodávajícího je snadno viditelné, srozumitelné, čitelné, nesmazatelné a pravdivé značení potravin. Tato povinnost vyplývá ze Zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Pokud se jedná o potraviny balené, povinné údaje musí být uvedeny na obalu.

Mezi povinné údaje patří:

- název produktu,
- seznam složek, který produkt obsahuje (pořadí složek je uvedeno dle hmotnosti a mají svůj specifický název),
- v % vyjádřené množství složek nebo skupin složek a to v případě, že daná složka figuruje v názvu produktu, je vyobrazena graficky, nebo je důležitá k popisu uvedeného produktu
- čisté množství (kapaliny vyjádřené v objemových jednotkách, ostatní produkty v hmotnostních jednotkách)
- datum minimální trvanlivosti (kromě určitých výjimek – v textu níže)
- zvláštní podmínky na použití a skladování
- kontaktní údaje výrobce, balírny či prodejce
- místo původu
- návod k použití, pokud to daný typ potraviny vyžaduje
- informace o obsahu alkoholu na jednotku objemu (výjimkou jsou nápoje, které obsahují méně než 1,2% objemu alkoholu),
- výživové údaje (energickou hodnotu a obsažené živiny),
- informace o obsažených alergenech.

Datum minimální trvanlivosti (DTM)[17] je datum, které by měl sledovat každý spotřebitel před zakoupením produktu. Obvykle je uváděno slovy "Minimální trvanlivost

[17] Datum minimální trvanlivosti a datum použitelnosti. In: *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. 11.12.2014 [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1001188&docType=ART&nid=11342

do…" a obsahuje den, měsíc a případně rok. V případě, že je datum minimální trvanlivosti uvedeno na obalu pouze ve tvaru v pořadí den a měsíc, jedná se o DMT kratší než 3 měsíce. Pokud ovšem DMT překračuje 3 měsíce, ale zároveň není delší než 18 měsíců, uvádí se na obalu potravin měsíc a rok. Nad 18 měsíců je dostačující, pokud je na obalu potravin uvede rok. Tyto produkt lze uvádět do oběhu pouze v případě, že jsou prokazatelně zdravotně nezávadné, jsou označeny jako prošlé a odděleně umístěny. V žádném případě nestačí, že prodejce potraviny označí slovem „akce" či „sleva". Potraviny s prošlým datem minimální trvanlivosti lze konzumovat, ale již mu výrobce nezaručuje chuťové a výživové kvality výrobku. Tím, že prodejce prodává potraviny s prošlou dobou minimální trvanlivost, přechází na něj odpovědnost za zdravotní nezávadnost z těchto potravin. Jak už bylo v předchozí kapitole uvedeno, i zde existují výjimky, u kterých se datum trvanlivosti nevyžaduje. Těmito produkty jsou např.: neošetřená čerstvá zelenina a ovoce, nealkoholické nápoje, pekařské/cukrářské výrobky, jež jsou obvykle spotřebovány do 24 hodin od výroby, ocet, kuchyňská sůl, žvýkačky aj.

U potravin, které se rychle kazí, nalezneme text se slovy *"Spotřebujte do …"*. Takto bývá na obalech potravin označeno datum použitelnosti. Pokud na obalu potravin nalezneme výše uvedené spojení, výrobce musí na obal doplnit i údaje o podmínkách uchování, které musí být dodrženy a po kterých je spotřebiteli zaručena zdravotní nezávadnost. Jak už bylo řečeno, toto datum se používá u potraviny, které podléhají rychlé zkáze a musí být rychle spotřebovány. Jedná se např. o jogurty a jiné mléčné výrobky, masné výrobky, výrobky studené kuchyně, ryby aj. Pokud mají tyto potraviny prošlé datum použitelnosti, v žádném případě se nesmí dostat do oběhu, jelikož se nepovažují za bezpečné.

Výše uvedená data nemusí být například uvedena na vratných skleněných lahvích, obalech malých rozměrů a potravinách, které jsou balené v místě prodeje na žádost spotřebitele.

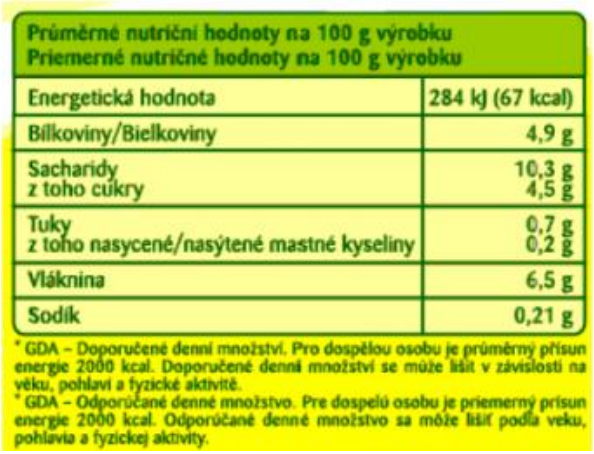
Při označování potravin je důležité nařízení EU č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům. Dle tohoto nařízení jsou dána pravidla, dle kterých se musí prodávající řídit. Pro představu je v následujících řádcích uvedeno pár pravidel[18]. Na přední straně obalu, neboli tzv. v hlavním zorném poli, má prodávající možnost zopakovat vybrané výživové údaje. V případě použití papírové pásky přes potravinu (např. chléb), nelze tuto pásku chápat jako obal, jelikož nechrání produkt před mechanickým

[18] *Otázky a odpovědi k nařízení (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům*. Potravinářská komora ČR, leden 2014, 32 s. Dostupné z: http://www.bezpecnostpotravin.cz/UserFiles/publikace/2014_otazky_narizeni_1169-2011_PK.pdf

poškozením/znehodnocením. I povinné výživové údaje mají své pořadí, ve kterém musí být uváděny. Údaje o obsahu živin jsou vyjádřeny v gramech (g) na 100g, příp. na 100 ml. Energetická hodnota se vyjadřuje v kilojoulech (kJ)/kilokalorie (kcal) také na 100g. V rámci nutričního složení musí být povinně uvedeny tyto údaje v průměru (energie, bílkoviny, sacharidy), v její maximální (tuky, nasycené mastné kyseliny, sodík/sůl) či minimální hodnotě (jednoduché sacharidy).

Pořadí výživových údajů nelze měnit a vypadá následovně:

Obrázek 1 - Značení výživových údajů na potravinách



Průměrné nutriční hodnoty na 100 g výrobku Priemerné nutričné hodnoty na 100 g výrobku	
Energetická hodnota	284 kJ (67 kcal)
Bílkoviny/Bielkoviny	4,9 g
Sacharidy z toho cukry	10,3 g 4,5 g
Tuky z toho nasycené/nasýtené mastné kyseliny	0,7 g 0,2 g
Vláknina	6,5 g
Sodík	0,21 g

* GDA – Doporučené denní množství. Pro dospělou osobu je průměrný přísun energie 2000 kcal. Doporučené denní množství se může lišit v závislosti na věku, pohlaví a fyzické aktivitě.
* GDA – Odporúčané denné množstvo. Pre dospelú osobu je priemerný prísun energie 2000 kcal. Odporúčané denné množstvo sa môže líšiť podľa veku, pohlavia a fyzickej aktivity.

Zdroj: http://www.vimcojim.cz/files/nutricni-hodnoty-tab_340x259.png

Velikost písma výživových údajů musí být natištěna písmeny o velikosti 1,2 mm (nebo 0,9 mm) vzhledem k velikosti největší plochy na obalu. Prodávající při označování potravin nesmí uvádět mylné informace o vlastnostech nebo účinkách potravin a dále nesmí přisuzovat potravinám vlastnosti, díky kterým by spotřebitelé mohli předcházet určité lidské nemoci[19].

Se stále větším důrazem na zdravý životní styl vzniklo označení tří písmen GDA. Jedná se o nutriční značení a zkratka vznikla z anglického původu – Guideline Daily Amounts, neboli doporučené denní množství. Toto značení je dobrovolné a bylo uvedeno v roce 2006 Konfederací potravinářského a nápojového průmyslu EU – FoodDrinkEurope. Značení GDA je především určen pro spotřebitele, kteří dávají přednost zdravé a vyvážené stravě. Dozví se tak rychle a přehledně informace o obsahu energie a živin v jedné porci potraviny. Dále u tohoto značení nalezneme procentuální údaj, který značí podíl doporučeného denního množství energie, cukrů, tuků, nasycených mastných kyselin a sodíku, obsažený v jedné porci výrobu. V České republice je značení GDA zastřešené Potravinářskou

[19] BABIČKA, Luboš. *Průvodce světem potravin: rady spotřebitelům, na co si dát pozor při nakupování a manipulaci s potravinami*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin, 2012, 44 s. ISBN 978-80-7434-086-4.

komorou ČR a Ministerstvem zdravotnictví ČR, kdy cílem tohoto značení je sjednocení informací na obalu u potravin a nápojů uváděných po celé Evropě[20].

V souvislosti s potravinami se stále častěji setkáváme se zkratkou GM, neboli geneticky modifikované potraviny. Pod pojmem geneticky modifikovaná potravina (krmivo) se skrývá taková potravina, která osahuje geneticky modifikované organizmy (GMO), případně se z nich skládá či je z GMO vyrobena[21]. GM potraviny a krmiva se legislativně řeší na úrovni Evropské unie a podléhá velmi přísné regulaci a kontrole. Kvůli tomu můžou být uváděny na trh Evropské unie pouze produkty z bavlníku, kukuřice, brambor, řepky, sóji a také cukrové řepy. Schválené potraviny jsou k nalezení na stránkách Evropské komise v sekci Registr EU geneticky modifikovaných potravin[22]. Zatímco EU se geneticky modifikovaným potravinám brání, ve Spojených státech je drtivá většina ploch sóji, kukuřice či bavlníku oseta geneticky modifikovanými odrůdami. V České republice se především jedná o rostlinné oleje – sójové, řepkové, kukuřici a brambory. GM potraviny jsou spotřebiteli vnímány stále velmi negativně a přetrvává obava a neochota tyto produkty kupovat. Mimo jiné se to týká i zvířat, která byla těmito plodinami krmena. U pěstitelů nejsou GM potraviny populární z hlediska legislativně-administrativního, neboť je zde velmi přísná evropská regulace GMO a s tím vznikající i vyšší náklady. Jelikož tyto potraviny nejsou u nás moc rozšířené, jejich značení je pouze textem: „Tento produkt obsahuje geneticky modifikované organismy“ [23].

[20] Značení GDA na obalech potravin. *Biotrin* [online]. © 2013 - 2014 [cit. 2014-12-09]. Dostupné z: http://www.biotrin.cz/znaceni-gda-na-obalech-potravin/
[21] BABIČKA, Luboš. *Průvodce světem potravin: rady spotřebitelům, na co si dát pozor při nakupování a manipulaci s potravinami*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin, 2012, 44 s. ISBN 978-80-7434-086-4.
[22] http://ec.europa.eu/food/dyna/gm_register/index_en.cfm
[23] Geneticky modifikované potraviny a krmiva. *Informační centrum bezpečnosti potravin* [online]. Ministerstvo zemědělství, © 2012 [cit. 2014-09-12]. Dostupné z: http://www.bezpecnostpotravin.cz/stranka/geneticky-modifikovane-organismy-%28gmo%29.aspx

3.5. Kvalita potravin a jejich kontrola

Spotřebitelé se o kvalitu kupovaných potravin zajímají vice a také hlouběji. Avšak i cena je pro ně velmi důležitá a často rozhodujícím faktorem, i na úkor kvality potravin. Zdravotní nezávadnost a bezpečnost jsou nejzákladnější požadavky, které nám zaručují zákony a spotřebitel by tak neměl mít pochybnost o koupi potravin. Měl by si být jist, že kupuje takové zboží, které splňuje legislativní předpoklady potravinářských výrobků. Měl by být schopen posoudit, zda jeho vynaložené náklady odpovídají zakoupenému zboží.

Kvalita potravin je velmi široký pojem a každý z nás jej může chápat jinak. Podle zákona o potravinách lze tento pojem chápat jako soubor charakteristických vlastností jednotlivých druhů, skupin a podskupin potravin a tabákových výrobků, jejichž limity jsou stanoveny zákonem a prováděcími vyhláškami. Dle publikace Valenty a Hladíka (2011) se jedná o mnohoznačný pojem, jenž zahrnuje hygienické, nutriční, technologické, senzorické a informační aspekty[24]. Jedná se o parametr, který je klíčový pro spotřebitele a je jimi i ovlivňován v celém průběhu potravinového řetězce. Jakostní kritéria potravin jsou utvářena z požadavků spotřebitelů a odběratelů a také ze stravovacích zvyklostí a tradic spotřebitelů. Patří mezi důležité faktory určující konkurenceschopnost výrobků. Pro hodnocení kvality potraviny jsou důležité následující aspekty[25]:

1. Nutriční, neboli fyziologická hodnota – jedná se o hodnotu, pod kterou spadají nutričně žádoucí složky potravin, tedy živiny. Již z předchozí kapitoly jsme se dozvěděli, že se jedná o bílkoviny, sacharidy, tuky, ale také k nim lze přiřadit obsah vitamínů, minerálů, antioxidantů, sušiny a vlákniny. Nutriční hodnota také zahrnuje nežádoucí látky – rezidua pesticidů, těžké kovy, mykotoxiny, alergeny, aj.
2. Senzorická kvalita – představuje smyslové hodnocení potravin, které provádí spotřebitel pomocí smyslů a kontroluje tak jednotlivé kvalitativní znaky, které jsou pro určitý druh potraviny charakteristické. Tyto kvalitativní znaky jsou dány platnými normami, předpisy či standardy. Jedná se tedy o chuť, vůni, barvu a tvar výroku, konzistenci, hmotnost a další. Při určování senzorické kvality potravin je využíváno především subjektivních metod, tzn., že jednotlivé znaky hodnotíme našimi smysly – zrak, čich, chuť, hmat. Mezi subjektivní metody hodnocení řadíme metodu bodovací, při níž je určen maximální počet bodů a spotřebitel (hodnotitel) určuje počet bodů u každého jakostního znaku.

[24] VALENTA, Ondřej a Petr HLADÍK. *Budoucnost kvality a bezpečnosti potravin v Česku*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 2011, 123 s. ISBN 978-80-86794-38-9.
[25] ČERVENKA, Jaroslav. *Jakost a certifikace potravin*. Vyd. 2., přeprac. Praha: Provozně ekonomická fakulta ČZU v Praze ve vydavatelství Credit, 2001, 186 s. ISBN 80-213-0762-5.

3. Technologická využitelnost – posuzuje, zda produkt lze použít pro komerční, domácí či průmyslové účely. Kritériem pro určení funkční kvality výrobku jsou vlastnosti při vaření, smažení, pečící vlastnosti, doba spotřebitelnosti výrobku, cena a doba přípravy výrobku.
4. Kvalita zpracování – určuje množství přidaných látek při výrobě potravin.
5. Právní kvalita – je dána legislativním předpisy na národní a evropské úrovni a potraviny jej musí splňovat.
6. Kvalita produkčního procesu – hodnotí vliv celkové výroby potravin na životní prostředí a posuzuje využívání přírodních zdrojů při výrobě, ale také pracovní sílu, kdy je kladen důraz na zákaz práce dětí.
7. Vnitřní kvalita – popisuje vlastnosti potravin, jež nelze měřit běžnými metodami.
8. Cena – nepatří mezi hlavní aspekty, protože ne vždy souvisí s kvalitou.

Dle publikace Červenky[26] (2001) lze hodnocení rozdělit do tří skupin. První představuje smyslové hodnocení potravin, jež bylo popsáno výše, viz bod 2. Senzorická kvalita a vice se jím nebudeme zabývat. Dále je hodnoceno chemické složení jednotlivých produktů. U chemického hodnocení potravin jsou sledovány takové látky, které významně ovlivňují jakost či zdravotní nezávadnost potravin. Nejvíce sledovanými kvalitativními znaky jsou: obsah vody, sušiny, tuku, bílkovin, sacharidu, cizorodých látek a další. Toto hodnocení je prováděno laboratorními metodami a jednotlivé kvalitativní znaky nesmí překročit určitý limit, který je stanoven vyhláškou Ministerstva zdravotnictví. Poslední hodnocení potravin je z hlediska mikrobiologického. Jedná se o stanovení existence mikrobů v potravinách. Hodnocení se provádí jak kvalitativně, tak kvantitativně. Kvalitativní hodnocení sleduje např. přítomnost plísní a kvasinek. Kvantitativní určuje celkový počet mikrobů a počty určitých skupin mikrobů v produktu.

Jakost, neboli kvalita potravin velmi úzce také souvisí s označováním potravin. V České republice jsou stanoveny "značky kvality", které spotřebitelům zaručují jistou kvalitu daného výrobku. Nejznámější značka, která se na potravinách vyskytuje je značka KLASA.

KLASA je tedy národní značka kvalitních potravin a je udělováno již více než 10 let. Jedná se o prestižní ocenění, které uděluje ministr zemědělství a to pro kvalitní domácí potravinářské a zemědělské výrobky. Označení výrobků touto značkou slouží spotřebitelům především k lepší a rychlejší orientaci při výběru potravin a jejich porovnáním s

[26] ČERVENKA, Jaroslav. *Jakost a certifikace potravin*. Vyd. 2., přeprac. Praha: Provozně ekonomická fakulta ČZU v Praze ve vydavatelství Credit, 2001, 186 s. ISBN 80-213-0762-5.

konkurenčními výrobky. Výrobky jsou označeny národní značkou kvality, pokud splní určité podmínky pro její získání. Pravidla pro získání národní značky KLASA jsou uvedena na internetových stránkách Státního zemědělského intervenčního fondu, který značku spravuje od roku 2004. V případě splnění daných pravidel, získá výrobek toto ocenění na dobu 3 let, kdy její vlastnictví může být po uplynutí tříleté lhůty prodlouženo. Pokud se zhorší kvalita výrobku, či se poruší podmínky pro získání značky KLASA, může být taktéž výrobku odebrána. Kvalitu a složení výrobků hodnotí odborná komise vytvořená z odborníků a spotřebitelů. Aby nedocházelo k nedovolenému označování potravin, je značka KLASA na trhu kontrolována Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí (SZPI). V současné době je značkou KLASA označeno na obalech celkem 1163 produktů od 227 českých a moravských výrobců. Kompletní seznam mohou spotřebitelé nalézt na stránkách www.eklasa.cz.[27]

Značka Regionální potravina je projekt, který vznikl před 5 lety pod záštitou Ministerstva zemědělství. Tato zelenomodrá značka je udělována nejkvalitnějším zemědělským nebo potravinářským výrobkům, který zvítězí v krajských soutěžích. Logo je vyznačeno na obalech potravin a spotřebitel má tak jistotu, že suroviny produktu pochází z domácí produkce. Podmínkou označování těchto potravin je, že musí být vyrobeny na území kraje a ze surovin oblasti, ve které bylo ocenění uděleno. Potraviny oceněné značkou Regionální potraviny musí splňovat evropské i národní požadavky na kvalitu potravin. Tento projekt poukazuje na jedinečnost výrobků s tradiční recepturou typickou pro daný kraj, jedinečný výrobní postup či využití specifické regionální suroviny oproti ostatním potravinám. Cílem projektu je podpořit malé a střední regionální producenty a zároveň motivovat zákazníky v jejich vyhledávání na pultech obchodů, na farmářských trzích či přímo u výrobců. Nákupem potravin oceněných značkou Regionální potravina podporuje spotřebitel svůj kraj. V současné době je tímto zelenomodrým logem označeno 475 potravin[28].

Obrázek č. 1 – Označení pro Regionální potraviny

Zdroj: http://eagri.cz/public/web/regionalni_potraviny

[27] KLASA. *O značce KLASA* [online]. © 2014 [cit. 2014-09-16]. Dostupné z: http://www.eklasa.cz/o-znacce-klasa

[28] O projektu. *Regionální potraviny* [online]. © 2010-2014 [cit. 2014-09-16]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/

Potraviny s chráněným označením[29] zahrnují následující označení – zaručené tradiční speciality (ZTS), chráněné označení původu (CHOP), chráněné zeměpisné označení (CHZO).

1. Zaručené tradiční speciality představují označení pro zemědělský produkt či potraviny, které mají zvláštní vlastnosti uznávané EU. Zvláštní vlastností se produkt odlišuje od ostatních výrobku stejného druhu. ZST jsou vyráběné buď z tradičních surovin, tradičním způsobem výroby/zpracování, nebo mít tradiční složení. Potraviny se označují žluto-modrým logem, případně písemným označením "zaručené tradiční specialita" či zkratkou jeho slov "ZTS". Jako příklad ZTS lze uvést špekáčky a lovecký salám
2. Chráněné označení původu značí takové zemědělské produkty, které pochází ze zvláštního zeměpisného prostředí, jejichž vlastnosti jsou dány tímto prostředím a výroba probíhá ve vymezeném území. Původem se rozumí název regionu, určitého místa, příp. ve výjimečných případech i označení země. Pro představu takového produktu lze uvést Pohořelického kapra.
3. Potraviny s chráněným zeměpisným označením představují název regionu, určitého místa, či dané země, jež se používá k označení produktu pocházejícího z tohoto území, Zárukou také v tomto případě je určitá kvalita, pověst nebo zpracování výrobku. Jeho označení je prováděno obdobným způsobem jako u předcházejících produktů – logem, písemným označením, či zkratkou. Příkladem CHZO produktu je Třeboňský kapr a Olomoucké tvarůžky.

Obrázek č. 2 – Označení pro potraviny s chráněným názvem

Zdroj: http://eagri.cz/public/web/svs/portal/potraviny-s-chranenym-nazvem/

V současné době je velmi populární konzumace biopotravin. Za biopotraviny lze označit takovou potravinu, která je vyrobená z bioproduktů (produkt ekologického zemědělství), přídavných látek a určitého povoleného % surovin, jež nemusí pocházet

[29] Potraviny s chráněným označením. *EAGRI* [online]. © 2009-2014 [cit. 2014-09-17]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/svs/portal/potraviny-s-chranenym-nazvem/

z ekologického zemědělství. Všechny uvedené podmínky jsou uloženy vyhláškou. Nejen, že na biopotravinu musí být vydáno osvědčení o původu, ale musí být povinně označena celostátní ochrannou známkou pro biopotraviny (biozebra). Pokud byla potraviny vyrobena v EU, tak potom musí být označena logem značícím ekologickou produkci. Biopotraviny dovezené do EU z třetích zemí, nemusí výrobek označovat evropským logem. Dále je na obalu k nalezení kód kontrolní organizace, která provedla kontrolu, že daný výrobek splňuje zákonné podmínky. To si může spotřebitel snadno dohledat i na internetových stránkách. V ČR existují 3 soukromé kontrolní organizace (KEZ,o.p.s., ABCert AG, BIOKONT CZ) a také byl kontrolou pověřen Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský.[30]

Obrázek č. 3 – Označení Biopotravin v ČR **Obrázek č. 4 –** Označení Biopotravin vyrobených v EU

Zdroj: http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/biopotraviny-1/

Kontrolou potravin se u nás zabývá hned několika úřadů, kde každý kontroluje svoji zájmovou oblast. Kvalitu, zdravotní nezávadnost a značení potravin kontroluje Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Nad potravinami živočišného původu (např. maso, mléko, vejce) dohlíží mimo jiné i Státní veterinární správa. Obchodní stránku má na starost Česká obchodní inspekce. Kontrolní úřady je možné kontraktovat osobně, písemně, pomocí e-mailu či telefonicky, a to i anonymně. Kontrolní úřad nám může sdělit výsledek šetření, ale pouze v případě, že o to zažádáme. S rostoucím napodobováním potravin či přidáváním nežádoucích látek do potravin roste potřeba novějších a modernějších kontrolních technologií. Jako příklady lze uvést detektory kovů, optické kamerové systémy, ultrazvuk a rentgenové záření. Výběr dané technologie záleží na účelu kontroly a také na povaze dané potravin.[31]

[30] Biopotraviny. *EAGRI* [online]. © 2009-2014 [cit. 2014-09-17]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/biopotraviny-1/

[31] Použití rentgenového záření při kontrole potravin. *European Food Information Council* [online]. 2/2013 [cit. 2014-12-06]. Dostupné z: http://www.eufic.org/article/cs/artid/Pouziti_rentgenoveho_zareni_pri_kontrole_potravin/

3.6. Organizace zabývající se ochranou spotřebitele v oblasti zemědělských komodit

I přesto, že jsou stanovena spotřebitelská práva, která mají spotřebitelům pomoci se dostat stejnému postavení na trhu, jakož tomu je u velkých podniků, bohužel jim ho pouze přibližují. Vzhledem k slabšímu postavení spotřebitele na trhu, je stát povinen zajistit rovnost subjektů právních vztahů, která vyplývá z Listiny základních práva a svobod. Z tohoto důvodu začaly postupně vznikat instituce zabývající se ochranu spotřebitele. Jak po celém světě, tak i v České republice existuje velké množství spotřebitelských sdružení, které se snaží hájit zájmy spotřebitelů.

3.6.1. Ministerstvo průmyslu a obchodu

Nejdůležitější úkol v oblasti ochrany spotřebitele vykonává Ministerstvo průmyslu a obchodu (dále jen MPO). Jeho primárním cílem je zajištění ochrany zdraví, bezpečnosti a zájmů spotřebitelů. Vzhledem k tomu, že nakupování je považováno za klíčový aspekt rozvoje trhu, je zapotřebí, aby podmínky pro ochranu spotřebitelů a podmínky pro podnikání byly v rovnováze. Na období 2011 až 2014 byly stanoveny priority, které navazují na již existující primární cíl. Stanovené priority rozvíjí a posilují úroveň spotřebitele, kdy se jedná o „zajištění bezpečnosti výrobků a služeb pro zaručení ochrany života, zdraví a majetku spotřebitelů“. MPO si klade také za cíl spolupracovat s Evropskou komisí a dalšími orgány EU, aby se legislativa týkající se spotřebitelské ochrany harmonizovala.

3.6.1.1. Česká obchodní inspekce

Jednou z nejvýznamnějších institucí v České republice je Česká obchodní inspekce (ČOI). Uvedená instituce je orgánem státní správy podřízeným Ministerstvu průmyslu a obchodu České republiky. Jedná se o rozpočtovou organizaci, jež se člení na regionální inspektoráty se sídly v důležitých centrech průmyslu, obchodu, či turistického ruchu. ČOI má v čele ústředního ředitele, kterého jmenuje, řídí a odvolává ministr průmyslu a obchodu. Pod ústředním ředitelem se nacházejí ředitelé jednotlivých regionálních inspektorátů. Hlavní činností ČOI je kontrola výrobků a služeb na vnitřním trhu. Snaží se o to, aby byly dodržovány závazná pravidla ochrany spotřebitele a bezpečnosti výrobků, tzn., aby se na trh nedostaly žádné výrobky, které mohou ohrozit zdraví člověka. ČOI v rámci své činnosti plní 4 základní funkce - kontrolní, výchovnou, poradenskou a represivní.

Kontrolu provádějí inspektoři, kteří jsou povinni se prokazovat průkazy ČOI a zachovávat mlčenlivost o skutečnostech, které se dozvěděli při jejich činnosti. V případě zjištění nedostatků mohou zakázat veškerou činnost spojenou s výrobkem (tj. jeho uvedení, distribuci, či použití) a to do té doby, než dojde k zjednání nápravy[32]. Mimo jiné kontrolují řádné označování výrobků, dodržování chování prodávajících dle zásad dobrých mravů, poskytování řádných a pravdivých informací, aj. Kromě zákazu uvedení výrobků na trhu uplatňuje ČOI finanční sankce. V případě porušení zákonů spadajících pod působnost ČOI může být kontrolovanému subjektu uložena pokuta až do výše 50 milionů Kč. Pokud kontrolovaný subjekt poruší pravidla méně závažným způsobem, může mu být uložena pokuta ve výši max. 5000 Kč[33]. Česká obchodní inspekce je sice významnou organizací zabývající se ochranou spotřebitele, avšak nekontroluje kvalitu potravin, pokrmů a tabákových výrobků. Zabývá se těmito produkty a službami pouze v souvislosti s jejich prodejem, stanovením cen produktů a podobně. Mimo jiné ČOI poskytuje bezplatně užitečné informační a poradenské služby na všech jejích pracovištích. V neposlední řadě poskytuje výsledky o své kontrolní činnosti spotřebitelům prostřednictvím médií.

3.6.2. Ministerstvo zemědělství

3.6.2.1. Státní zemědělská a potravinářská inspekce

Státní zemědělská a potravinářská inspekce[34] (dále SZPI) vykonává dozor nad kvalitou, zdravotní nezávadností a řádným označováním potravinářských výrobků. Je správním orgánem podřízeným Ministerstvu zemědělství České republiky a řídí se dle zákona č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů. I tato inspekce má z hlediska organizační struktury obdobné složení – ústřední a regionální inspektoráty, kdy v čele inspekce stojí ústřední ředitel, jehož činnost je řízena ministerstvem. Hlavní činností inspekce je kontrola zemědělských, mýdlařských a saponátových výrobků, dále potravin a surovin, ze kterých se potraviny vyrábí a v neposlední řadě také tabákových výrobků. Při kontrole jsou zjišťovány nedostatky při výrobě či uvádění produktů do oběhu a splnění podmínek jakosti u ovoce a zeleniny. Dle zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele je Státní zemědělská a potravinářská inspekce povinna

[32] HULVA, Tomáš. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2004, 451 s. Právní rukověť. ISBN 80-735-7064-5.s.81
[33] Působnost úřadu. *Česká obchodní inspekce* [online]. © Česká obchodní inspekce, 2013 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/
[34]Státní zemědělská a potravinářská inspekce. *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online], © 2011 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1002118&docType=ART&nid=11314

taktéž kontrolovat, zda prodávající svým jednáním neklame spotřebitele. SZPI provádí kontrolu cílenou, tj. účinně se zaměřuje na komodity, na analyty nebo do míst, kde lze předpokládat největší nedostatky, a tím chrání ekonomické zájmy občanů před potravinami zdravotně závadnými, či klamavě označenými. Samotná realizace kontroly odpovídá principům kontroly komodit uplatňovaným v EU. Kontrolu lze rozdělit na kontrolu zdravotní nezávadnosti a kontrolu jakosti. V rámci kontroly zdravotní nezávadnosti probíhá kontrola mikrobiologických požadavků a kontrola obsahu cizorodých látek, jakými například jsou chemické prvky, aditiva, pesticidy, apod. Kontrola kvality (jakosti) představuje kontrolu analytických znaků (např. obsahu tuk, cukru, vlhkost) a kontrolu senzorických znaků. Důležitým bodem v této části kontroly je také označování výrobku.

V posledních letech se stále častěji vyskytují podvody v oblasti potravin. Jedná se o takové podvody, kdy jsou na trh uváděny potraviny, které jsou záměrně modifikovány či chybně označeny. Takové to podvody mají za cíl oklamat spotřebitele, obvykle za účelem zisku. Dle Food Fraud Task Force[35] by spotřebitelé měli zpozornit u potravin, jejichž ceny se pohybují pod běžnou cenou. Jako příklad[36] lze uvést podvod, kdy prodávající manipuluje s datem použitelnosti potravin. Prodávající přepisují či přelepují datum použitelnosti výrobku jiným datem, případně na něj přelepují nálepku se slevou zboží. V tomto případě prošlé výrobky neohrožují zdraví občana, ale mohou mu způsobit zdravotní problémy. Bohužel se na našem území vyskytly i takové podvody, které ohrožují přímo zdraví občana. V tomto případě byl modifikován burčák - prodejci tento kvašený nápoj ředili vodou, i přesto, že je to zakázáno. SZPI na svých internetových stránkách uvádí, jak se ubránit proti klamavým technikám prodávajících (pozorně sledovat složení potravin, nekupovat potraviny s poškozeným či znečištěným obalem, kontrolovat datum použitelnosti či datum minimální trvanlivosti, nekupovat potraviny neznámého nebo podezřelého původu, aj.). V případě provinění prodejce, jsou spotřebitelé informováni prostřednictvím médií o zdravotní závadnosti a produkty jsou staženy z prodeje. Zároveň mohou žádat prodejce o vrácení peněz za zakoupené zdravotně závadné potraviny.

V říjnu 2014 bylo vydáno nařízení vlády č. 211/2014 Sb., které stanovuje informační povinnosti prodávajícímu ohledně prodávání čerstvého ovoce, čerstvé zeleniny a brambor.

[35] Food Fraud. *Food Safety Authority of Ireland* [online]. 6.11.2013 [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: https://www.fsai.ie/enforcement_audit/food_fraud.html

[36] Podvody v oblasti potravin - Informace a rady spotřebitelům. *SZPI* [online]. 23.9.2009 [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1018192&docType=ART&nid=11342

3.6.2.2. Státní veterinární správa České republiky

Úkolem Státní veterinární správy[37] (dále SVS) je vykonávat dozor nad zdravotní nezávadností potravin živočišného původu, monitorování a udržování našeho území před možným zavlečením nebezpečných nákaz nebo jejich nositelů a také ochrana zvířat před jejich týráním. Nejčastěji provádí dozor v řeznictvích, či v obchodních řetězcích a to v úsecích, kde je upravováno maso, drůbež, ryby, vejce a mléko. SVS je podřízená Ministerstvu zemědělství a je zřízena dle zákona č. 166/1999 Sb**.,** o veterinární péči a o změně souvisejících zákonů (veterinární zákon). SVS tvoří Ústřední veterinární správa, krajské veterinární správy s působností na území krajů a dále Městská veterinární správa v Praze (zaměřena na území hlavního města Prahy).

Pod působnost SVS také spadá dozor nad v dnešní době velmi populárními farmářskými trhy. Pro snadnější orientaci nejen prodejců, ale i pro pracovníky SVS vzniklo „Desatero Státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích". Jednou z povinností prodejců je neoznačovat potraviny jako „domácí". Státní veterinární správa poskytuje informace o zákazech či omezeních dovozu ve vztahu k veterinární oblasti. K aktuálním zákazům dovozu zemědělských výrobků, surovina a potravin patří dovozy do Ruské federace ze států Evropské unie, USA, Kanady, Austrálie a Norska. Toto nařízení vydala Ruská federace začátkem srpna letošního roku a platí na období jednoho roku. Mezi zakázané např. patří: mléko a mléčné výrobky, zelenina a poživatelné okopaniny, ovoce a ořechy, ryby, vepřové maso, maso skotu, aj.) Úplný seznam zakázaného zboží výše uvedeného dovozu je dostupný na webových stránkách SVS.

3.6.2.3. Úřad pro potraviny

Úřad pro potraviny vznikl 1. dubna 2005 jako součást Ministerstva zemědělství a svou činností zajišťuje bezpečnost potravin. Je národním kontaktním místem pro pracovní orgány EU, které svou činností chrání spotřebitele v oblasti potravin. Spolupracuje především s Evropským úřadem pro bezpečnost potravin - EFSA. Díky spolupráci s ostatními orgány EU navrhuje úpravy právních předpisů ČR v oblasti výroby, kontroly, hygieny a zdravotní nezávadnosti potravin. Úřad pro potraviny zodpovídá za kvalitu potravin a zpracovaných zemědělských výrobků. Skládá se ze dvou odborů – odboru potravinářské výroby a legislativy a odboru bezpečnosti potravin.

[37] Státní veterinární správa. *EAgri* [online]. Ministerstvo zemědělství, © 2009-2014 [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/svs/portal/

Odbor potravinářské výroby je zodpovědným orgánem za implementaci nařízení Evropského parlamentu a dodržování zákonů v oblasti potravin. Druhý zmíněny odbor představuje koordinační místo pro komunikaci právě s Evropským úřadem pro bezpečnost potravin (EFSA). Je kontaktním místem pro přednost dat a informací mezi Českou republikou a ostatními členskými státy v oblasti bezpečnosti potravin a krmiv. Odbor bezpečnosti potravin mimo jiné také spolupracuje s ministerstvem zdravotnictví. Mimo jiné sleduje cizorodé látky v potravinovém řetězci a zabývá se alternativními zdroji energie vzniklými z vedlejších produktů zemědělství a potravinářské oblasti.

3.6.3. Občanské spotřebitelské organizace

3.6.3.1. Sdružení obrany spotřebitelů (SOS)

Jedná se o neziskovou organizaci, která poskytuje spotřebitelům možnost získat informace o svých spotřebitelských právech. Cílem tohoto sdružení je nejen vzdělávání spotřebitelů, ale také shromažďování, zpracování a šíření informací ohledně spotřebitelské ochrany, které dále poskytují veřejnosti. Nezisková organizace se také zaměřuje na konkrétní problémy jednotlivých spotřebitelů, kteří je požádají o pomoc. Konzultace problémů provádí ve svých poradnách, které jsou k nalezení ve všech krajích České republiky. Mimo jiné poskytuje základní poradenství on-line na svých webových stránkách[38], případně prostřednictvím telefonní linky. Důležitou činností Sdružení obrany spotřebitelů je také připomínkování zákonů, které se týkají ochrany spotřebitelů. Dále upozorňuje spotřebitele na podnikatelské subjekty, jejichž chování je nezákonné, příp. neetické. Sdružení ochrany spotřebitelů se zabývá dodržováním bezpečnosti výrobků jak potravinářských, tak nepotravinářských. V případě jakéhokoli porušení bezpečnosti výrobků, upozorňuje příslušné správní orgány. Pokud spotřebitelé vyhledají pomoc SOS, musí si uvědomit, že získaná rada je nijak nezavazuje, ale slouží jim pouze jako podklad pro rozhodnutí na vlastní odpovědnost. Zároveň pak nemají právo na kompenzaci v případě neúspěchu řešeného případu[39].

3.6.3.2. Občanské sdružení spotřebitelů TEST

Občanské sdružení spotřebitelů TEST vzniklo na začátku devadesátých let dvacátého století (1992). Posláním této neziskové organizace je přiblížit práva spotřebitelů a povinnosti

[38] http://www.asociace-sos.cz/elektronicke-poradenstvi/
[39] TOMANČÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde, 2008, 222 s. ISBN 978-80-7201-695-2.s.141-142

prodávajících či poskytovatelů služeb. Varuje před nebezpečnými výrobky, upozorňuje na klamavé praktiky podnikatelů a také vzdělává podnikatele a spotřebitele Každý měsíc jsou pod záštitou této organizace zveřejňovány testy výrobků, které lze nalézt v časopisu „dTest“ nebo na webových stránkách www.dtest.cz. Již více jak 13000 výrobků bylo podrobeno detailním testům během více jak dvaceti let existence Občanského sdružení spotřebitelů TEST. Výsledky těchto testů často poukazují na jinou skutečnost, než kterou prezentuje podnikatel veřejnosti prostřednictvím reklamy. Taktéž bylo odhaleno více než 500 výrobků, které byly označeny za nebezpečné a ohrožovali zdraví dětí a dospělých[40]. V časopisu „dTest“ jsou rubriky týkající se vlastních nezávislých testů jednotlivých okruhů výrobků, jejichž výsledky jsou zveřejňovány tak, aby jim porozuměl běžný spotřebitel. Jsou zde publikovány převzaté testy ze zahraničí a články věnovány zdravé výživě. Sdružení je jedinou organizací v ČR, která splňuje kritéria pro zapojení do mezinárodních testů.

Samotné testování klade důraz na používání věci tak, jak jej používá běžný spotřebitel. Proto jsou vybírány k testování takové produkty, které jsou spotřebitelům snadno dostupné, které často kupují a setkávají se s nimi v reklamách a na pultech obchodu. Samozřejmě se jedná o produkty, které mohou být pro spotřebitele rizikové či něčím atraktivní. Není v silách této organizace, aby otestovala každý produkt. Sama organizace se netají tím, že testování výrobků je drahé a logisticky náročné, protože produkty nakupují v běžné maloobchodní síti. Avšak poté mají jistotu, že nezískají produkt, který by byl účelově pro testy upravený od výrobce či distributora. Logisticky náročný proces je především u potravin. Musí se zakoupit několik desítek vzorků kusů jednoho výrobku. Tyto „stejné“ vzorky musí splňovat určitá kritéria – měly by být ze stejné šarže a pokud možno stejného data spotřeby či minimální trvanlivosti.

Jak už bylo zmíněno, celý proces testování je finančně náročný. Testování proto probíhá v mezinárodní spolupráci spotřebitelských organizací a je již několik let podporováno Ministerstvem průmyslu a obchodu. Další příjem této neziskové organizace tvoří peníze předplatitelů, ze kterých je hrazeno vydávání časopisu.

3.6.3.3. Sdružení českých spotřebitelů

Sdružení českých spotřebitelů (SČS) je další spotřebitelská organizace, která klade důraz na ochranu zájmů spotřebitelů. Byla založena v roce 1990 pod názvem Sdružení československých spotřebitelů. SČS se v rámci své činnosti zaměřuje na ochranu spotřebitele

[40] O dTestu. *DTest* [online]. © dTest, o.p.s, 2013 [cit. 2014-10-30]. Dostupné z: https://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu#cojedtest

v oblasti kvality potravin. Za tímto účelem byly zřízeny webové stránky „Spotřebitel za kvalitou,… kvalita za spotřebitelem“. Cílem těchto stránek je zjistit, které informace jsou pro spotřebitele důležité (např. ze zdravotního hlediska) a prosazovat jejich šíření.

3.6.4. RASFF

RASFF[41] (Rapid Alert Systém for Food and Feed) je systém rychlého varování pro potraviny a krmiva. Tento systém slouží k oznamování rizika pro lidské zdraví, které pochází z potravin či krmiva. Jedná se o mezinárodní systém, který umožňuje rychlé a účinné sdělování informací o nebezpečných produktech mezi členskými státy EU, EFTA[42], Evropskou komisí a Evropským úřadem pro bezpečnost potravin (EFSA). Díky RASFF je odhalováno již více jak 30 let mnoho škodlivých potravin dříve, než by mohly způsobit zdravotní potíže spotřebitelům. Pro účely RAFF bylo v každém členském státu EU vytvořeno kontaktní místo, prostřednictvím kterého dochází k výměn informací o nebezpečných potravinách a krmivech mezi ostatními kontaktními místy. V případě získání informace o nebezpečnosti potravin či krmiv, musí toto kontaktní místo prostřednictvím RASFF bezprostředně informovat Evropskou komisi. Evropská komise dále vyhodnocuje stupeň ohrožení bezpečnosti a dále informaci předává ostatním členům RASFF. Má k dispozici 4 typy oznámení:

- Varování – přestavuje vážná rizika z potravin či krmiv, které jsou spotřebitelům nabízeny ke koupi, v tomto případě je nutno rychle jednat;
- Informace – tento typ oznámení se používá, pokud rizikové potraviny či krmiva byly již staženy z trhu a riziko není tudíž závažné;
- Odmítnutí na hranicích – je využito v případě, že zásilky krmiv a potravin byly testovány, vykázány jako zdravotně rizikové a následně odmítnuty na vnějších hranicích EU a EHP (Evropský hospodářský prostor);
- Novinky – jedná se o takové oznámení, které je důležité pro kontrolní orgány, jelikož v sobě zahrnuje veškeré informace týkající se bezpečnosti potravin a krmiv.

[41] RASFF - Food and Feed Safety Alerts. *European Commission* [online]. 2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/food/safety/rasff/index_en.htm
[42] Členové: Island, Lichtenštejnsko, Norsko a Švýcarsko

3.6.5. EFSA

Zkratka EFSA[43] představuje European Food Safety Authority, neboli Evropský úřad pro bezpečnost potravin. Vznikl pod záštitou Evropské unie v lednu v roce 2002 a je zodpovědný za hodnocení rizik, které se vyskytují při kontrole bezpečnosti potravin a krmiv, výživy, zdraví a pohody zvířat, ochrany a zdraví rostlin. Hlavním posláním tohoto úřadu je poskytovat objektivní a nezávislé vědecky podloženého poradenství, dále předkládat jasná sdělení, která jsou podloženy nejaktuálnějšími vědeckými poznatky, a také informovat další zúčastněné organizace ohledně existujících a nově vzniklých rizicích.

EFSA vznikl jako součást komplexního programu za účelem zlepšení bezpečnosti potravin v EU, které se ke konci 90. let 20. století vyskytovali na evropském trhu ve velmi nízké kvalitě. Jeho vznik měl přispět k zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitele a obnovení a udržení důvěry v potraviny, které jsou právě v EU nabízeny.
Výsledky činnosti evropského úřadu tvoří základ pro legislativu EU a díky tomu lze přijímat v členských státech EU efektivní a včasná rozhodnutí.

Aby spolupráce mezi členskými státy probíhala účinně, bylo v každém státě vytvořeno koordinační místo, které je prostředníkem mezi EFSA, národními úřady pro bezpečnost potravin a dalšími zainteresovanými institucemi. Pro Českou republiku tuto činnost provádí Odbor pro bezpečnost potravin, jež je součástí Úřadu pro potraviny Ministerstva zemědělství.

[43] About EFSA. *EFSA* [online]. [2002] [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: http://www.efsa.europa.eu/en/aboutefsa.htm

4. Praktická část

4.1. Komparace

S úvodem této kapitoly je nutno říci, že je zaměřena na komparaci stávajícího a původního občanského zákoníku z hlediska ochrany spotřebitele, avšak bez promítnutí této ochrany v rámci zemědělských produktů. Občanský zákoník, jak stávající, tak původní, neobsahuje samostatné kapitoly, které by se separátně zabývaly ochranou spotřebitele např. při nákupu potravin, oblečení, technických zařízení, nábytku aj. Dále je nutno zmínit, že při porovnávání zákoníků bylo čerpáno ze Zákona č.89/2012 Sb., občanský zákoník, Zákona č.40/1964 Sb., občanský zákoník a Zákona č. 513/ 1991 Sb., obchodní zákoník a nebudou tedy dále citovány.

Jak už bylo zmíněno několikrát, problematikou ochrany spotřebitele se zabývá několik právních předpisů. Není tedy pro nás spotřebitele vůbec jednoduché, abychom se v nich rychle a snadno zorientovali. Tím spíše, pokud od 1. 1. 2014 vstoupil v platnost Zákon č.89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „Nový občanský zákoník“ či NOZ), který nahradil Zákon - č. 513/1991 Sb., obchodník zákoník[44] a zároveň i Zákon - č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (dále jen „Starý občanský zákoník“ či SOZ). Starý občanský zákoník nabyl účinnosti 1. 4. 1964 a působil na území Československa a později na území České republiky. Oba občanské zákoníky se zabývají občanským, neboli soukromým právem. Díky Novému občanskému zákoníku zažilo české soukromé právo dosud svou největší proměnu. Od ledna 2014 tak došlo k odstranění duplicity smluvního práva jak v obchodním, tak v občanském zákoníku. Výše uvedená změna měla, resp. má za úkol zamezit sporům mezi účastníky trhy pří výběru zákona, dle kterého se jejich konkrétní vztah má řídit. Nejvýraznější změny proběhly v oblasti nemovitostí, předkupního práva, sousedských vztahů, odpovědnosti, evidence v katastru nemovitostí, nájmů aj.

Ve Starém občanském zákoníku byl spotřebitel definován jako *„fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“*. Dle Starého občanského zákoníku bylo na spotřebitele nahlíženo spíše jako na podnikatele, který nevyužívá plnění smlouvy pro svou výdělečnou činnost, zatímco od počátku roku 2014 je za spotřebitele považován každý člověk, který mimo rámec svého podnikání buď uzavírá smlouvu s podnikatelem, nebo s ním nějak jedná. Za spotřebitele je tedy považována fyzická osoba, nikoliv právnická. Vždy je ve

[44] Zákon č. 513/1991 byl počátkem roku 2014 nahrazen Zákonem o obchodních korporacích.

smluvním vztahu za slabší stranu považován spotřebitel, jelikož se předpokládá, že nedisponuje takovými znalostmi jako podnikatel, díky čemuž mu zákon poskytuje rozsáhlejší ochranu. Avšak i podnikatel nesmí zapomenout na to, že jakékoli odchýlení od zákona k znevýhodnění spotřebitele není možné. Vyšší ochranou spotřebitele je dle NOZ míněno, že podnikatel je povinen poskytnout spotřebiteli všechny dostupné informace před uzavřením smlouvy a dále mu poskytuje větší možnosti odstoupit již od uzavřené smlouvy. Také zde musím zmínit, že než nabyl účinnosti Nový občanský zákoník, kupní smlouva se řídila, jak Obchodním zákoníkem, tak Starým občanským zákoníkem. V tomto případě byl pro uzavření smlouvy důležitý účel, který smluvní strany při uzavírání kupní smlouvy sledovali, a to pouze v okamžiku uzavření. Pakliže věc byla použitá podnikatelem pro soukromé účely a tento fakt nebyl při uzavření kupní smlouvy znám, smluvní strany se přesto řídili Obchodním zákoníkem. Naopak Nový občanský zákoník je aplikován i na podnikatele, kteří uzavřou kupní smlouvu v souvislosti s jejich obchodní činností.

Dle NOZ se řeší dva typy smluv – prvním typem, a tím, který nás zajímá, jsou smlouvy, které uzavírá spotřebitel a podnikatel mimo svoje obchodní prostory. Jedná se např. o nákup zboží na prodejních akcích, nabízení zboží v místě bydliště spotřebitele, nákup zboží během různých zájezdů a na veřejném prostranství, aj. Druhým typem smluv jsou smlouvy tzv. distanční, které představují především nákup zboží přes e-shop. V tomto případě je stanovena přísnější povinnost podnikatele poskytnout spotřebiteli informace před uzavřením smlouvy. Jednou z informačních povinností podnikatele je sdělit spotřebiteli podmínky a lhůty pro odstoupení od smlouvy. Dle mého názoru málokdo ví, že pokud spotřebitel nesdělí tuto informaci před uzavřením smlouvy ani v průběhu jejího trvání, spotřebiteli se tak prodlužuje lhůta na odstoupení od smlouvy na 1 rok a 14 dní k tomu. V případě, že je informace týkající se odstoupení od smlouvy sdělena v průběhu trvání, právo na odstoupení od smlouvy začne spotřebiteli běžet od tohoto okamžiku po dobu 14 dní. Další podstatnou změnou, kterou přinesl NOZ je, že ve lhůtě 14 dnů stačí podnikateli odeslat oznámení o odstoupení od smlouvy, nikoliv aby mu oznámení bylo v této lhůtě doručeno. Myslím si, že to je také velmi podstatná změna pro ochranu spotřebitele, o které spotřebitelé nevědí a tudíž ji ani nevyužívají. Další novinkou pro odstoupení od výše uvedených smluv je povinnost podnikatele poskytnout spotřebiteli formulář pro odstoupení od smlouvy, který spotřebitel pouze vyplní a odešle. V rámci SOZ bylo podnikateli zakázáno aplikovat do spotřebitelské smlouvy takové ujednání, které bylo v rozporu s požadavkem dobré víry a znevýhodňovalo by tak spotřebitele. I současný zákoník tuto skutečnost nepomíjí, avšak více rozvíjí, co si pod dobrou vírou vůbec lze představit. Jedná se tedy o taková ujednání, „*která zakládají v rozporu*

s požadavkem přiměřenosti významnou nerovnováhu práv nebo povinností stran v neprospěch spotřebitele". Výjimku však tvoří ujednání o předmětu plnění či ceně, které spotřebiteli byly předány jasně a srozumitelně. Záruka za jakost se považuje za další významný faktor pro spotřebitele, kterým se prodávající zavazuje, že věc bude po určitou dobu způsobilá pro použití, nebo že si zachová obvyklé vlastnosti.

Závěrem této kapitoly lze říci, že nová právní úprava má za cíl navázat na ochranu spotřebitele a jeho spotřebitelského práva v Evropské unii a tím směřuje k větší ochraně spotřebitelů, jež se stávají v posledních letech velmi často obětí klamavých a stupňujících se agresivní praktik některých podnikatelů.

4.2. Dotazníkové šetření

Druhá část výzkumu byla uskutečněna pomocí dotazníkového šetření. Dotazník je řazen mezi nejrozšířenější nástroje výzkumu. Prostřednictvím dotazníku jsou respondentovi předloženy otázky, na které by měl podle svého názoru odpovědět. Velkou výhodou dotazníkového šetření je rychlý a poměrně levný kvantitativní sběr dat[45]. Další výhodou dotazníkového šetření je poskytnutí anonymity respondentovi a také dostatku času a péče, které může zodpovězení otázek věnovat.

Dotazník byl respondentům poskytnut v elektronické podobě. Jedná se tedy o formu dotazování bez možnosti upřesnění a do vysvětlení otázek. Respondenti jsou mnohdy upřímnější, když vyplňují dotazník samostatně, než když jsou otázky pokládány „Face to Face". Proto také otázky musí být pro respondenta srozumitelné, jednoznačné a snadno pochopitelné. Ve vytvořeném dotazníku byly použity otázky uzavřené a polouzavřené. V uzavřených otázkách si respondent vybírá z několika nabízených variant odpovědí. Jedná se o otázky alternativní – kdy si respondent vybírá jednu z odpovědí, protože se varianty navzájem vylučují, selektivní neboli výčtové – v tomto případě si respondent může vybrat jednu nebo více odpovědí a varianty odpovědí se vzájemně nevylučují. Dále se jedná o otázky dichotomické – kdy jsou respondentovi nabídnuty pouze dvě varianty odpovědi (ano/ne). V polouzavřených otázkách jsou respondentovi nabídnuty varianty odpovědí a zároveň je jedna z variant odpovědí „jiná", kde má respondent prostor pro vepsání vlastní odpovědi. Dále si u některých otázek mohl respondent vybrat dle svého uvážení i více možných odpovědí. Před tím, než byl dotazník publikován na internetových stránkách, byla provedena jeho tzv. pilotáž. Dle připomínek a návrhů byly otázky poupraveny tak, aby byly jasné, zřetelné a srozumitelné.

[45] KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. Evropské vydání.* 1. Vyd. Praha: Grada 2007, 1041 s. ISBN 978-80-245-1698-1.s. 414

4.2.1. Struktura dotazníku

Dotazník byl zaměřen jak na obecnou informovanost spotřebitele, tak na jeho zkušenosti. V úvodní části se spotřebitel setkal s otázkami souvisejícími s běžným životem, neb na začátku dotazování je potřeba respondenta zaujmout, aby pokračoval ve vyplňování. Pokud by na začátku dotazníku byly použity otázky, nad kterými by respondent musel zdlouhavě přemýšlet, byl by to pravděpodobně jeden z důvodů, který by mohl zapříčinit nízkou návratnost dotazníků. V druhé části dotazníku se vyskytovaly otázky související s chováním spotřebitelů a jejich ochranou při nákupu. V závěru dotazníku byly dotazovaným položeny otázky týkající se pohlaví, věku, nejvyššího dosaženého vzdělání a čistého příjmu respondentů. Tyto otázky jsou socioekonomického charakteru a slouží k vyjádření hledaných souvislostí mezi jednotlivými znaky. Dle toho pak lze při analýze dat odlišit, jak ke spotřebitelské ochraně přistupují ženy a muži, jaké zkušenosti s nakupováním mají dané věkové skupiny a podobně. Informativní otázka týkající se nejvyššího dosaženého vzdělání má za cíl prokázat, že u spotřebitelů s vysokoškolským vzděláním lze předpokládat, že budou mít v této oblasti více znalostí.

Dotazník je celkem sestaven z 29 otázek směřovaných na danou problematiku, včetně výše zmíněných socioekonomických otázek. Pořadí otázek bylo sestaveno tak, aby se spotřebitel dostal od základních informací až po problematiku zabývající se ochranou spotřebitele.

Pomocí poznatků, které jsem zjistila při zpracování teoretické části, byly stanoveny otázky v dotazníku a následující hypotézy. Otázky v dotazníku byly sestaveny tak, abych docílila potvrzení či vyvrácení stanovených hypotéz:

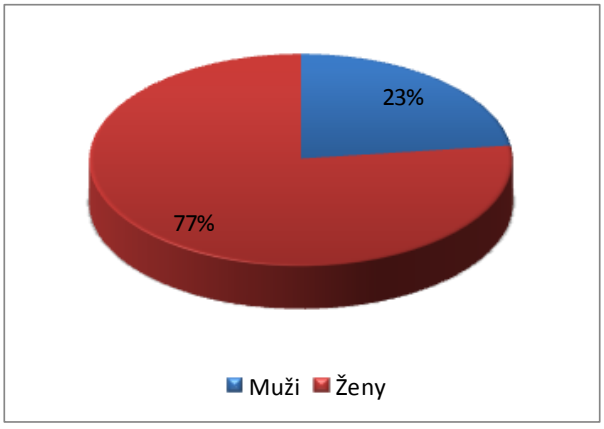
H1: Více než 60 % respondentů nakupuje potraviny pro domácnost několikrát týdně.
H2: Složení potravin si vyhledává více žen než mužů.
H3: Méně než 10 % dotazovaných se v případě pomoci v souvislosti se složením potraviny obrací na personál v prodejně.
H4: Vice než 60% respondentů si myslí, že datum minimální trvanlivosti a použitelnosti je datum totožné.
H5: Povinné náležitosti, které musí být na obalech potravin, má v povědomí pouze 30 % dotazovaných.
H6: Méně než 20% respondentů jsi je vědomo toho, jak dlouhá lhůta jim je ze zákona poskytnuta na vrácení balených potravin.
H7: Více než 80 % respondentů zná organizace zabývající se ochranou spotřebitele, ale bohužel již neznají, jaké oblasti spadají pod jejich působnost.

4.2.2. Vzorek respondentů

Pro získání dostatečného počtu respondentů bylo využito elektronického dotazování prostřednictvím on-line dotazníkové služby Vyplňto.cz. Dotazník byl respondentů k dispozici v období od 19. ledna do 2. února 2015. Jelikož se jedná o rychlý sběr dat, dostatečný počet respondentů lze získat během týdne. Avšak je důležité si uvědomit, že získané odpovědi nelze přiřknout celé populaci, ale pouze platí pro získaný vzorek respondentů, který byl tvořen 128 respondenty.

Struktura vzorku respondentů je dána především tím, čím se dotazník zabývá. Vzorek respondentů tvořilo 98 žen (77 %) a 30 (23 %) mužů. Nepoměr vyplněných dotazníků z hlediska pohlaví je způsoben především tím, že spíše ženy byly ochotnější vyplnit dotazník, jelikož je jim nákupu potravin stále bližší. Tento fakt ovšem nepředstavuje žádné nevýhody pro analýzu tohoto dotazníkového šetření, neboť se všeobecně předpokládá, že nákup potravin povětšinou zabezpečují ženy. S ohledem na měnící se životní styl ale můžeme předpokládat, že i nákup potravin bude mít u mužského pohlaví rostoucí trend.

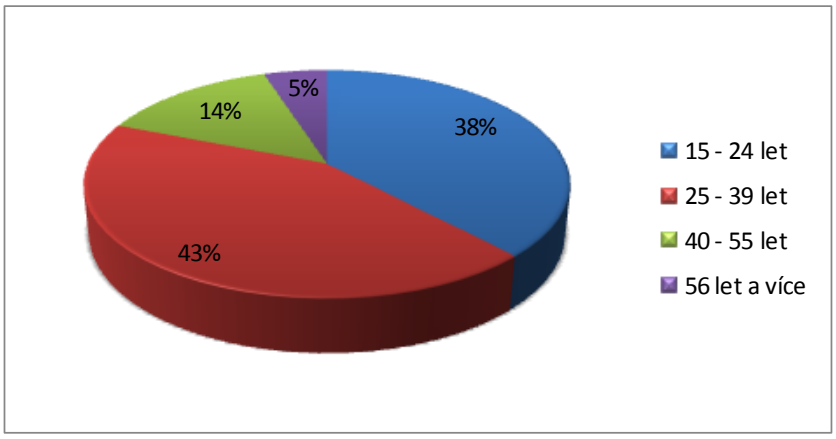
Graf 1: Pohlaví respondentů



Zdroj: autor

Věkové zastoupení bylo dle zkušeností rozděleno na následující věkové skupiny: 15 – 24 let; 25 – 39 let; 40 – 55let; 55 let a více. Podle mého očekávání zde mají nejvyšší zastoupení lidé ve věku od 25 - 39 let (55 osob). Další početnou skupinu dotazovaných tvořili osoby, jejichž věk se pohyboval ve věkovém rozmezí 15 – 24 let. Na vzorku respondentů se podíleli 38% (49 osob). Téměř o třetinu méně osob vyplnilo dotazník z věkové kategorie 40 – 55 let. Zbylá věková skupina nedosáhla v zastoupení ani 10 % z celkového počtu respondentů. Celkový vzorek respondentů dle věkového složení je znázorněn v Grafu 2. Ve všech věkových skupinách jsou ve větším počtu zastoupeny ženy.

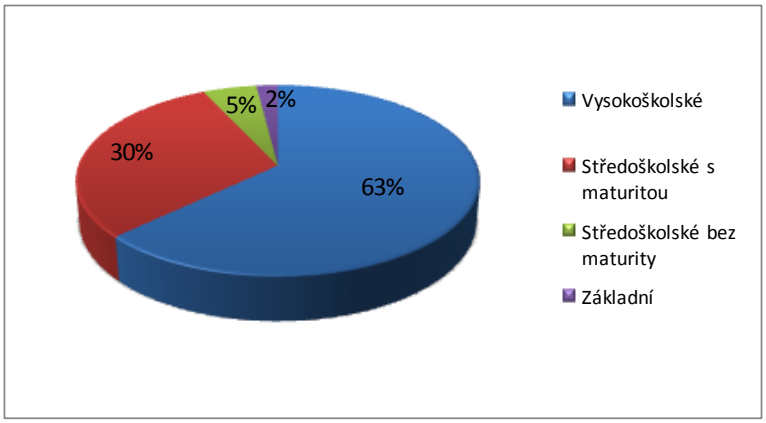
Graf 2: Věková struktura respondentů



Zdroj: autor

Rozdělení respondentů podle vzdělanosti je zobrazeno v Grafu 3, kdy nejvyšší dosažené vzdělání respondent úzce souvisí s otázkou předchozí, která se týká věkové struktury. Dotazník vyplnilo 81 osob s vysokoškolským vzděláním. Takto vysoké zastoupení vysokoškolsky vzdělaných osob lze předpokládat, neboť dotazník se většinou dostane mezi ty respondenty, kteří mají podobný zájem. Dále vysokému zastoupení přispívá i fakt, že je stále zvyšující se počet osob, které dosahují tohoto vzdělání. Mezi další výrazně zastoupenou skupinu dotazovaných patří osoby, které získaly středoškolské vzdělání s maturitou. Ty jsou zastoupení 30 % (38 dotazovaných). Středoškolské vzdělání bez maturity označilo 5%. V nejmenším počtu byli zastoupeni respondenti se základním vzděláním.

Graf 3: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

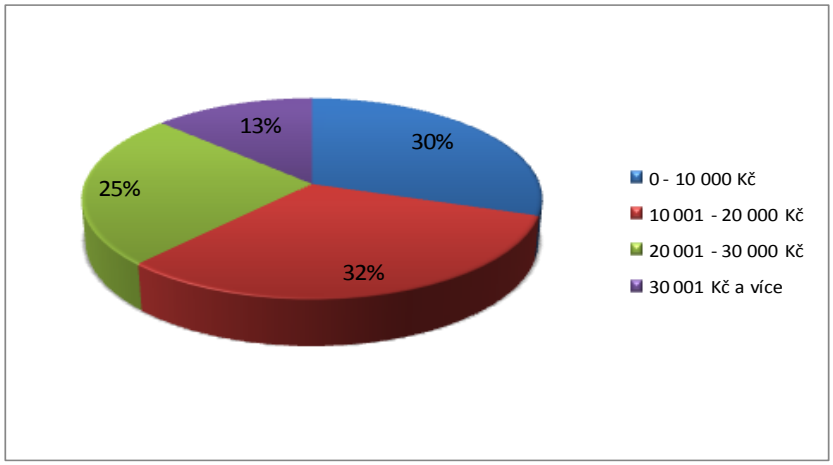


Zdroj: autor

Další socioekonomická otázka byla zaměřena na čistý měsíční příjem respondentů. Tato otázka byla označena jako nepovinná, neboť ne každému je příjemné sdělovat jeho příjem na internetu. Přesto tuto otázku zodpovědělo 122 respondentů. Z hlediska příjmů byli respondenti rozděleni do 4 skupin. Nejvíce zastoupená skupina je s měsíčním příjmem

v rozmezí 10 001 – 20 000 Kč. Toto zjištění je velmi zajímavé, neboť se především jedná o osoby s vysokoškolským vzděláním, které nedosahují ani průměrné měsíční mzdy. Příjem 36 osob (30 % dotazovaných) je do 10 000 Kč. V této skupině se nachází 26 osob s vysokoškolským vzděláním, 8 osob se středoškolským vzděláním s maturitou a 2 osoby se základním vzděláním. Příjmovou kategorii od 20 001 Kč do 30 000 Kč označilo 31 osob. Jak je vidět z Grafu 4 níže, rozdělení respondentů z hlediska příjmů je téměř vyrovnané. Jedinou výjimku tvoří příjem osob nad 30 001 Kč a více, jež jsou v zastoupení 13 % (16 dotazovaných). Tohoto příjmu dosahuje 14 respondentů s vysokoškolským vzděláním a 2 osoby se středoškolským vzděláním s maturitou.

Graf 4: Čistý měsíční příjem respondentů



Zdroj: autor

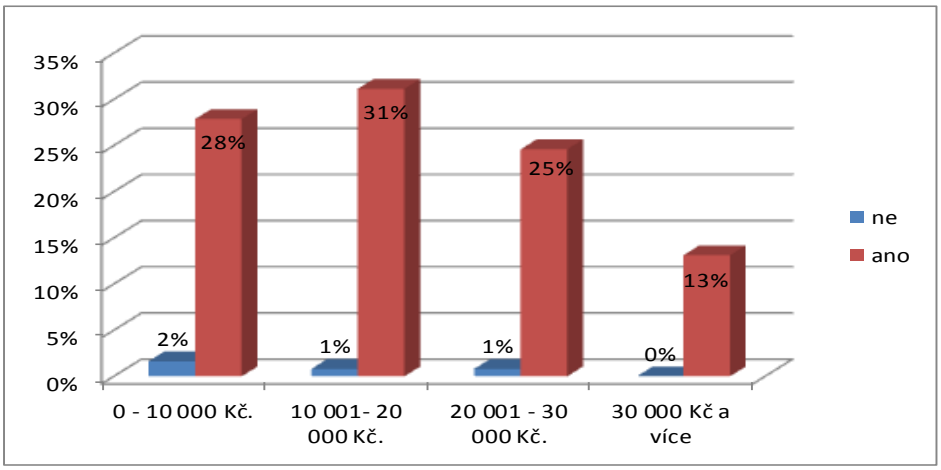
4.2.3. Analýza výsledků dotazování

Otázky, které jsou v této části analyzovány, jsou zaměřeny již na spotřebitele a jejich ochranu. Myslím si, že v dnešní době, kdy máme neomezeně dostupné množství potravin a neomezený výběr mezi nimi, nakupujeme potraviny téměř všichni. Někdo se s nakupováním setkává častěji, jiný méně. Všichni bychom ale měli znát svá práva, které s nakupováním potravin souvisí.

První otázka, která byla spotřebitelům položena, se týkala běžného nákupu potravin pro jejich domácnost. Potraviny pro svou domácnost nakupuje téměř 97 % respondentů. Respondenty, kteří nakupují potraviny, tvoří 95 žen a 29 mužů. Naopak respondenti, kteří nenakupují potraviny, jsou zastoupeni 4 dotazovanými. Jednalo se o jednu ženu a dva muže z věkového rozpětí 15 – 24 let a dále jednu ženu, jejíž věk se pohybuje v rozmezí od 40 do 55 let. Obě ženy měly vysokoškolské vzdělání. Lze tedy předpokládat, že žena z rozmezí od 15

do 24 let má ukončený pouze bakalářský stupeň vysokoškolského studia. I v tomto případě se jednalo o jednoho muže, který dosáhl vysokoškolského vzdělání a jednoho, který má základní vzdělání.

Graf 5: Nakupujete potraviny pro Vaši domácnost? – dle příjmů



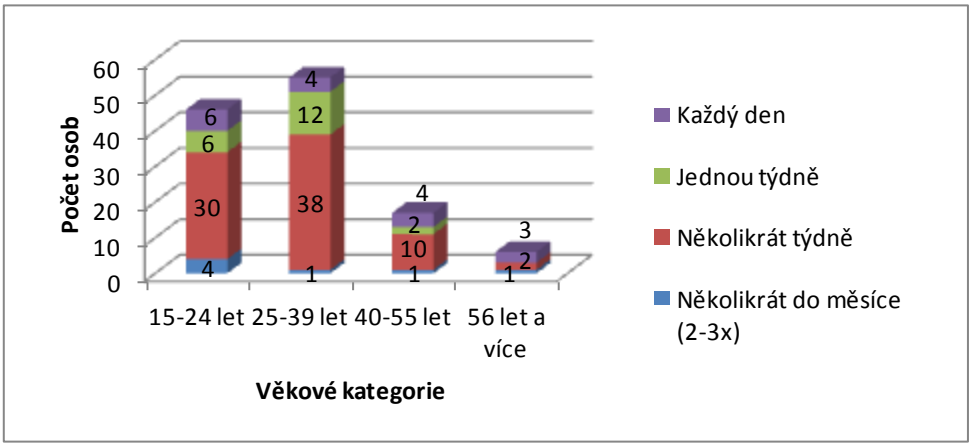
Zdroj: autor

Tato otázka měla tzv. filtrační funkci. To znamená, že odfiltrovávala ty respondenty, kteří odpověděli záporně a tím pádem se vyhnuli dalším 8 otázkám. Pokud by jim byly otázky položeny, jejich odpovědi by se daly považovat za irelevantní vzhledem k tomu, že potraviny nenakupují.

Úkolem druhé otázky bylo zjistit, jak často respondenti nakupují. K dispozici jim byly následující odpovědi – „každý den“, „jednou týdně“, „několikrát týdně“ a „několikrát do měsíce (2 – 3x měsíčně)“. Jako nejčetněji volená odpověď byla zaškrtnuta odpověď „několikrát týdně“ a to osmdesáti respondenty, z toho 63 ženami a 17 muži. Každý den či jednou týdně chodí nakupovat téměř stejný počet respondentů. Nákup 2x až 3x do měsíce omezuje pouze 7 dotazovaných. Nejčastěji se jedná o ženy ve věku 15 – 24 let. Dále bylo z odpovědí zjištěno, že nejvíce respondentů s vysokoškolským vzděláním provádí nákup několikrát týdně. V souvislosti s respondenty, kteří nakupují několikrát do týdne a mají vysokoškolské vzdělání lze za zajímavé zjištění považovat, že na nákupu se podílí v největším zastoupení osoby s příjmem do 10 000 Kč měsíčně. Tuto možnost také zvolilo 24 respondentů se středoškolským vzděláním, z nichž přesně polovina disponuje měsíčním příjmem v rozmezí od 10 001 Kč do 20 000 Kč. K nákupu několikrát do týdne se rovněž nepřiklonil žádný respondent s nižším vzděláním. Jak už bylo uvedeno výše, nejméně volenou možností byl nákup několikrát do měsíce. V tomto případě se jedná o 2 respondenty s maturitou a zbylých 5 s vysokoškolským vzděláním, kteří pokrývají všechny příjmové kategorie.

Pro 10 středoškolsky vzdělaných respondentů je nutností nakupovat každý den. Nakupovat jednou týdně chodí 14 dotazovaných s vysokoškolským vzděláním a 6 se středoškolským vzděláním s maturitou.

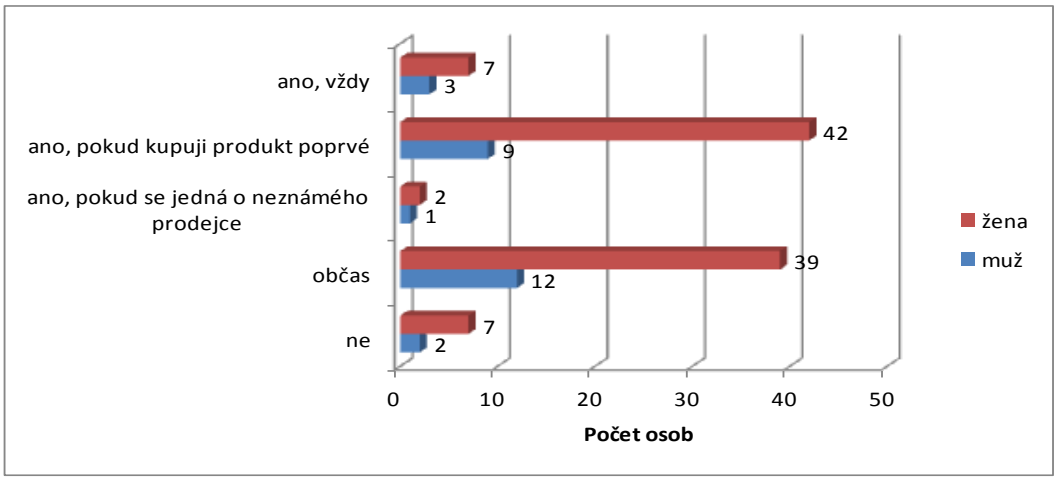
Graf 6: Jak často nakupujete potraviny? – podle věku



Zdroj: autor

Cílem třetí otázky bylo zjistit, zda spotřebitelé kontrolují složení při nákupu potravin. Nejednalo se o čistě dichotomickou otázku, kdy si respondent mohl zvolit jednu z odpovědi ano/ne, ale odpovědi byly rozšířeny. Odpovědi v této otázce je možné vidět v Grafu 7. Jediná odpověď, která zde není zaznamenána, je „ano, jedná - li se o zahraniční produkt“. Tuto odpověď žádný z respondentů nezvolil. Zajímavostí je, že 41 % respondentů při nákupu potravin kontroluje jeho složení pouze občas. Stejné procentuální zastoupení bylo i u respondentů, kteří kontrolují složení potravin pouze v případě, pokud kupují produkt poprvé. Složení na potravinách vůbec nesleduje 7 % dotazovaných. Dále bylo zjištěno, že ženy se zajímají o složení potravin mnohem více, než muži. Tento fakt je pravděpodobně způsoben opět tím, že ženy jsou více zainteresované do svého životního stylu a snaží se o to, aby jimi nakupované potraviny byly zdravé a kvalitní. Pouze 8 % dotazovaných sleduje informace o složení potravin pravidelně. Celkem 14 % respondentů, kteří mají čistý měsíční příjem v rozmezí od 10 001 Kč do 20 000 Kč, kontrolují složení potravin “občas”.

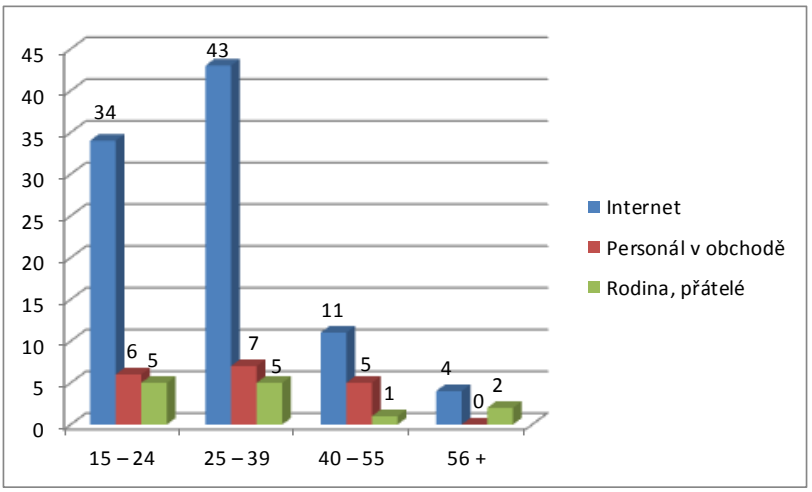
Graf 7: Když nakupujete potraviny, kontrolujete jejich složení? – dle vzdělání respondentů



Zdroj: autor

Pomocí otázky *„V případě, že potřebujete poradit se složením potraviny, na koho se obrátíte?“* jsem zjistila, že 92 dotazovaných osob si potřebné informace o složení potravin vyhledává na internetu. Tuto možnost uvedlo v procentuálním podílu na celkovém počtu dotazovaných 75 %, s podílem 74 žen a 18 mužů. Pouze 13 dotazovaných se v případě potřeby obrací na rodinu, přátelé či známé. Zajímavostí je, že jen 18 osob se dotazuje na složení potravin přímo v prodejně. U této otázky také měli respondenti možnost zvolit si svou vlastní odpověď. Této možnosti využila jedna dotazovaná žena z věkového rozmezí 25 – 39 let s vysokoškolským vzděláním, která odpověděla, že ještě nikdy poradit nepotřebovala. Ze získaných odpovědí lze dále zjistit, že možnost vyhledávání informací o potravinách na internetu využívá 65 % respondentů s vysokoškolským vzděláním, o polovinu méně dotazovaných se středoškolským vzděláním s maturitou a jedna osoba s středoškolským vzděláním bez maturity. Na personál v obchodě se obrací respodenti s vysokoškolským vzděláním oproti respondentům s maturitou v poměru 70 : 30. Na grafu níže je vidět rozložení respondentů z hlediska věkových kategorií, výjma odpovědi, která by byla v zobrazeném grafu nepodstatná.

Graf 8: V případě, že potřebujete poradit se složením potraviny, na koho se obrátíte? – dle věku

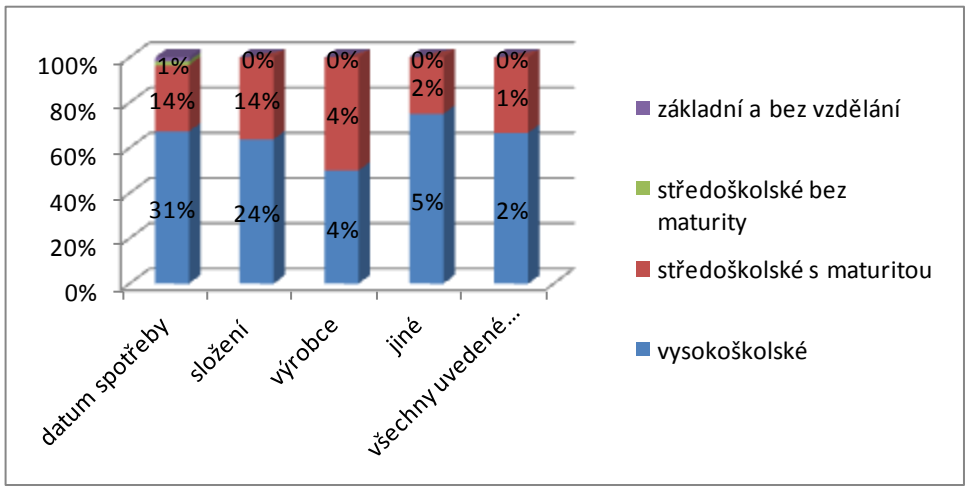


Zdroj: autor

Na otázku *„Co na obalech potravin vyhledáváte nejčastěji?“* odpovědělo nejvíce respondentů, že vyhledávají datum spotřeby. Tento termín byl zvolen záměrně, neboť se jedná o ustálené spojení mezi spotřebiteli a pokud by dotazovaným byly poskytnuty oba termíny (DTM a DP), bylo by zjišťování následující otázky bezpředmětné. Jako druhou nejčastěji vyhledávanou informací na obalech potravin bylo jejich složení. Tuto odpověď označilo 47 dotazovaných, o 11 osob méně než v předchozí odpovědi. Datum spotřeby si vyhledávají nejvíce respondenti (24 osob) s věkovým rozpětím 25 – 39 let. Ve skoro stejném zastoupení tato informace zajímá osoby v první zvolené věkové kategorii, tedy od 15 – 24 let. Pro téměř 7 % respondentů je důležité znát při koupi dané potraviny výrobce. Dvě ženy a dva muži označili, že je zajímají informace uvedené na obalech potravin zhruba stejně. 17 osob se středoškolským vzděláním s maturitou považuje za důležité kontrolovat složení (kvalitu) potravin a zároveň jejich datum spotřeby. Pokud porovnáme odpovědi respondentů podle jejich příjmů, získáme přibližně 30 % respondentů z příjmové kategorie od 0 – 10 000 Kč, kteří jako svou odpověď zvolili datum spotřeby, druhá příjmová kategorie se na stejné odpovědi podílí 40 % , o 10 respondentů méně z kategorie 20 001 – 30 000 Kč a pouze 5 respondentů z nejvyšších dosahovaných příjmů. Druhou nejčetněji volenou odpověď (složení potravin) označilo 17 dotazovaných z první příjmové kategorie, zbylých 29 dotazovaných je téměř rovnoměrně zastoupeno o statních příjmových skupinách. Níže uvedený Graf 9 obsahuje také odpověď “jiné“. Tato odpověď v sobě zahrnuje odpovědi od respondentů, kteří sledují na obalech potravin jiné údaje, než byly v dotazníku navrhnuté. Jednalo se především o cenu. Cena v navrhnutých odpovědí nebyla zmíněna z toho důvodu, jelikož se

cena již na obalech potravin vyskytuje pouze ojediněle. Ve většině případech jsou ceny uvedeny na regálech, ve kterých jsou potraviny uloženy.

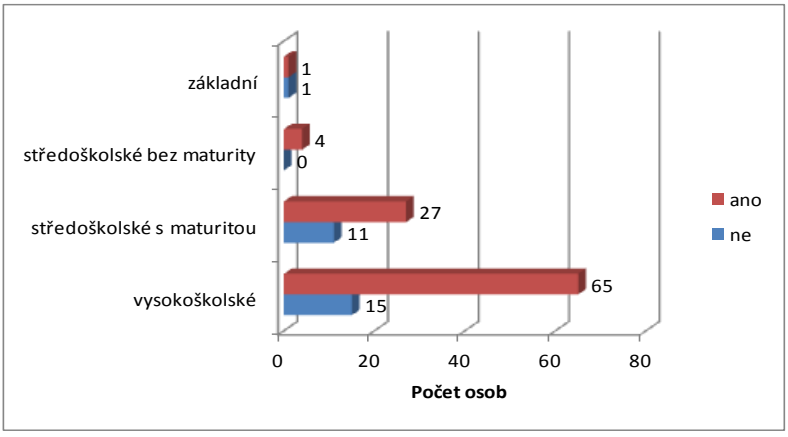
Graf 9: Co na obalech potravin vyhledáváte nejčastěji?



Zdroj: autor

U šesté otázky se respondenti měli rozhodnout, zda existuje rozdíl mezi datem minimální trvanlivosti a použitelnosti. Jak už bylo zmíněno v teoretické části, tyto pojmy spotřebitelům často splývají a v mnoha případech jejich rozdíl nepociťují. Vzhledem k struktuře vzorku respondentů lze však předpokládat, že výše uvedené pojmy pro ně budou odlišné. Diferenciaci v datu minimální trvanlivosti a použitelnosti spatřuje 97 osob, z toho 75 žen a 22 mužů. Tento názor sdílí 36 dotazovaných z věkového rozpětí 15 – 24 let, 45 dotazovaných ve věku 25 – 39 let, 12 osob, jejichž věk se pohybuje od 40 do 55 let a 4 respodenti s věkem převyšujícím 56 let. Z uvedeného vyplývá, že zbylých 27 respondentů považuje pojmy za synonyma. Více než polovina z respondentů, kteří nepociťují rozdíl mezi výše porovnávanými pojmy, má vysokoškolské vzdělání.

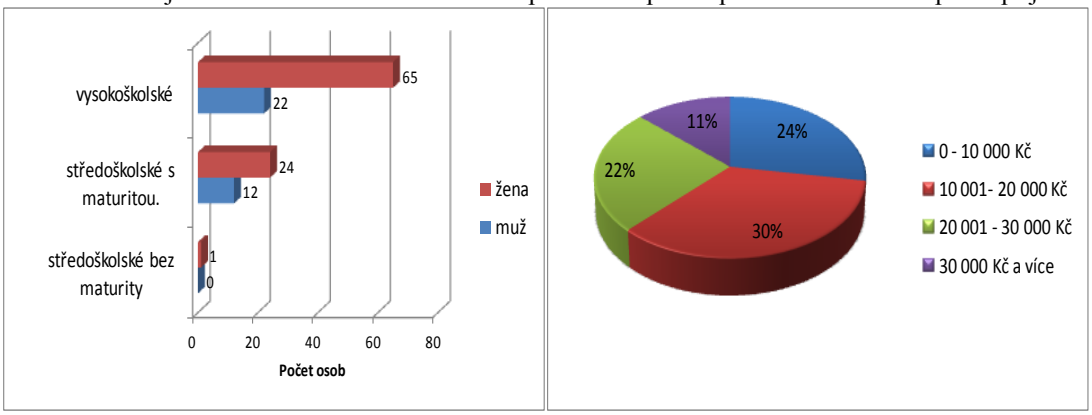
Graf 10: Myslíte si, že je rozdíl mezi datem minimální trvanlivosti a použitelnosti? – dle vzdělání



Zdroj: autor

Otázka č. 7 začínala neobvyklým způsobem. Jejím úkolem bylo nejdřív respondentům přiblížit danou problematiku a poté zjistit samostný postoj respondentů. Otázka č.7 tedy vypadala následovně: *„Datum minimální trvanlivosti je datum, které by měl sledovat každý spotřebitel před zakoupením produktu. Obvykle je uváděno slovy „Minimální trvanlivost do…“, sledujete toto datum před zakoupením produktu?“.* Jednalo se o uzavřenou otázku, kde respondenti měli na výběr z dvou možných odpovědí – ano / ne. Kladně na tuto otázku odpovědělo 113 respondentů, což je přes 91 % z dotazovaných. Zbylých 11 dotazovaných, kteří jsou zastoupeni především z hlediska pohlaví téměř vyrovnaně, datum minimální trvanlivosti nesleduje. Mezi osobami, které nesledují na obalech potravin spojení „Minimální trvanlivost do …“, se nejčastěji vyskytují osoby ve věku 15 – 24 let a poté ve stejném zastoupení osoby z následujících dvou věkových skupin. Dále bylo zjištěno, že se jedná především o osoby se středoškolským vzděláním.

Graf 11: Sledujete datum minimální trvanlivosti před zakoupením produktu? – ANO - podle vzdělání
Graf 12: Sledujete datum minimální trvanlivosti před zakoupením produktu? – ANO - podle příjmů



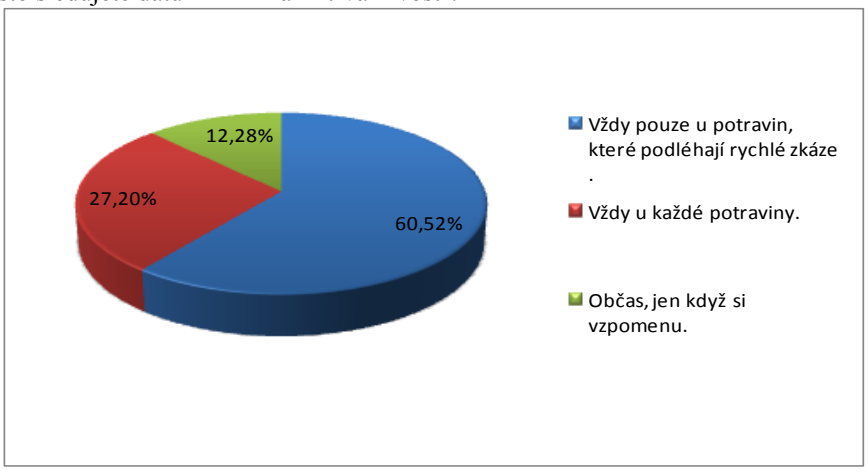
Zdroj: autor

Jako osmá otázka byla respondentům položena otázka týkající se četnosti sledování data minimální trvanlivosti – *„Jak často sledujete datum minimální trvanlivosti“.* Jednalo se o uzavřenou otázku, kde byly stanoveny varianty odpovědí. I zde byl ponechán prostor pro samotné respondenty, kam mohli vepsat svoji odpověď. Respondenti si vybírali z následujících možností: *„vždy u každé potraviny”, „vždy pouze u potravin, které podléhají rychlé zkáze (např. masné a mléčné výrobky)”* a poslední možností bylo *“občas, jen když si vzpomenu”*. Odpověď, která souvisela se sledováním data minimální trvanlivosti u potravin podléhající rychlé zkáze, byla zvolena záměrně, neboť někdy je do dotazníku vhodné zařadit i otázku, která ma za úkol potvrdit či vyvrátit odpovědi na již položenou otázku. V tomto dotazníku se to týkalo otázky číslo šest, která měla zjistit, zda respondenti pociťují rozdíl ve

slovních spojeních "minimální datum trvanlivosti" a "datum použitelnosti". Zajímavé je, že dotazovaní nepovažují tyto pojmy totožné ve více než 75 %, avšak v aktuální otázce byla jako nejčastěji zvolená druhá odpověď (69 x), tedy že DMT sledují pouze u potravin podléhajících rychlé zkáze. Což potvrzuje tvrzení, že respondenti skutečně zaměňují výše uvedené pojmy. Datum minimální trvanlivosti se totiž vyskytuje většinou na obalech potravin, které se rychle nekazí. Jako příklad lze uvést konzervy, sušenky, čokoláda, nápoje, těstoviny a jiné. Celkem 31 respondentů (5 mužů a 26 žen) odpovědělo, že datum minimální trvanlivosti sledují vždy u každé potraviny. Uvedená odpověď zahrnuje 10 osob ve věku 15 – 24 let, 13 dotazovaných od 25 – 39 let, 7 dotazovaných, jejichž věk se pohybuje v rozmezí od 40 – 55 let a 1 osobu, která spadá pod nejstarší skupinu. Respondenti, kteří označili, že DMT sledují pouze u potravin podléhajících rychlé zkáze, jsou zastoupeni 53 ženami a 15 muži. Na této odpovědi se podílí v nejvyšším počtu osoby ve věku 15 – 24 let a 25 – 39 let. Poslední nabízenou odpověď – *„občas, jen když si vzpomenu"* vybralo 14 respondentů, kteří jsou ve stejném poměru zastoupeni s vysokoškolským vzděláním a vzděláním ukončeným s maturitou.

Tuto otázku zodpovědělo o 8 respondentů méně, jelikož předchozí otázka měla filtrační charakter, díky čemuž se této otázce vyhnuli respondenti, kteří datum minimální trvanlivosti nesledují.

Graf 13: Jak často sledujete datum minimální trvanlivosti?

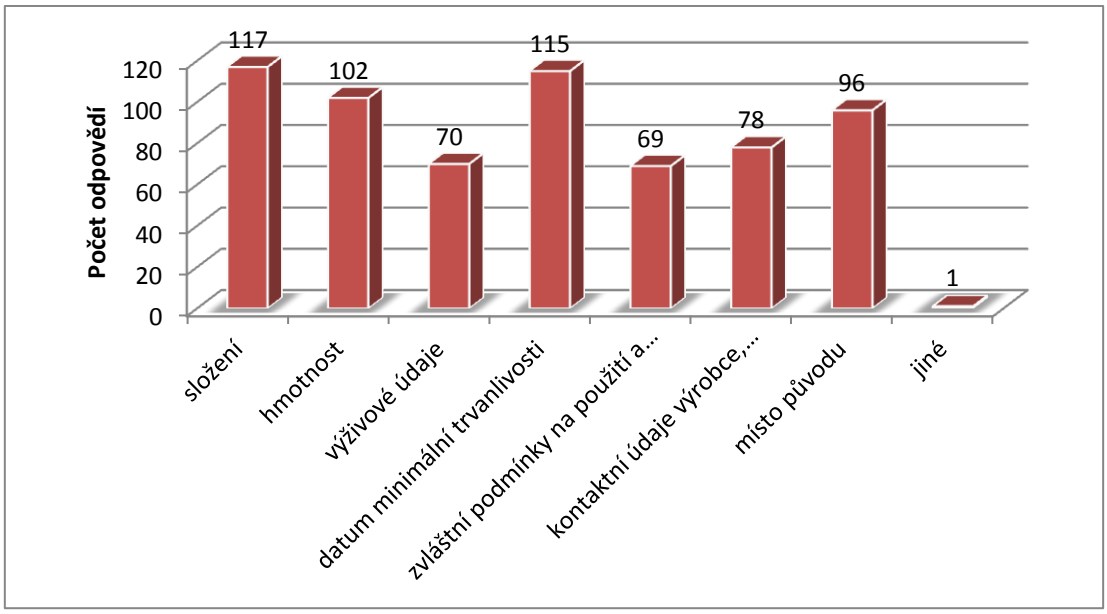


Zdroj: autor

Následující otázka (v pořadí 9.) byla již položena celkovému počtu respondentů. Úkolem této otázky bylo zjistit, zda si respondenti myslí, že obal potravin musí ze zákona splňovat určité náležitosti. Ze 128 dotazovaných odpovědělo na otázku kladně téměř 100 % (přesněji 95 %). Zbylých 5 % představuje 7 respondentů, kteří jsou nejvíce zastoupeni ve věku 15 – 24 let. Z hlediska vzdělání se jedná o 4 dotazované vysokoškolsky vzdělané, 2 mající vzdělání ukončené maturitní zkouškou a jednoho, který má základní vzdělání.

Tato otázka se dá považovat za jednoduchou, až zbytečnou v daném dotazníku. Kvůli tomu byla následující otázka zaměřena opět pouze na ty respondenty, kteří odpověděli kladně. Dle mého názoru nemají odpovědi typu „ano“ či „ne“ žádnou vypovídací schopnost a měly by skutečně sloužit pouze jako filtrační otázky. Na základě zvolené odpovědi není totiž jasné, zda je respondent dobře informaván v dané oblasti či nikoliv. V každém případě jsou tyto otázky v dotazníku také důležité a neměly by být vynechány. To, jak jsou dotazovaní informováni z hlediska povinných náležitostí na obalu potravin, měla za cíl následující otázka, desátá v pořadí. Její znění bylo následující: *„Jaké náležitosti jsou podle Vás na obalech potravin povinné dle Zákona 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele?“*. V této otázce musel respondent zvolit alespoň jednu z nabízených odpovědí, případně doplnit vlastní odpověď. Nikdo z respondentů neoznačil všechny povinné náležiosti, které musí být na obalu uvedeny. Správně měli spotřebitelé označit všechny uvedené odpovědi, vyjma odpovědi “jiné”.

Graf 14: Jaké náležitosti jsou podle Vás na obalech potravin povinné dle Zákona 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele?

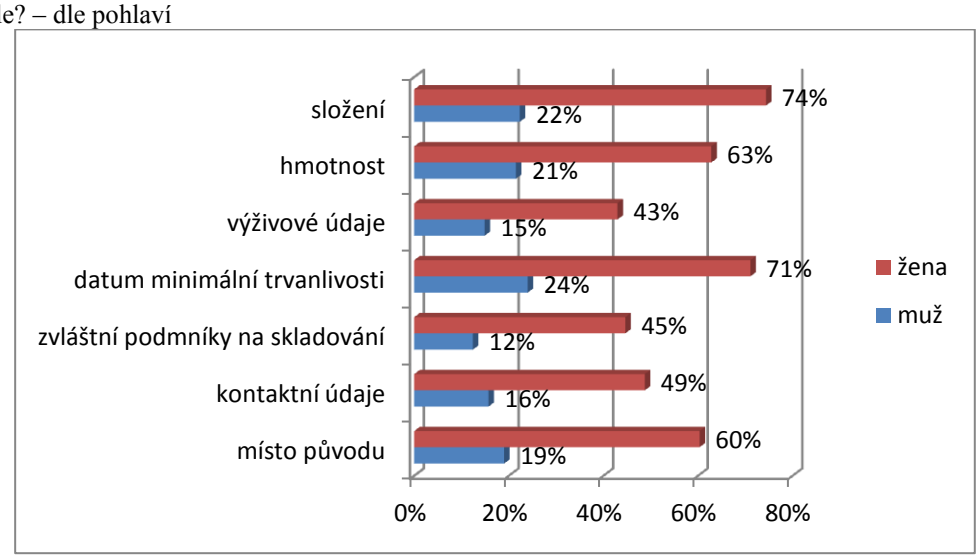


Zdroj: autor

Nejčastěji zvolenou odpovědí bylo, že obal musí obsahovat složení potravin. Tuto odpověď zvolilo 117 respondentů (90 žen a 27 mužů). Druhou nejčetněji označovanou odpovědí bylo „datum minimální trvanlivosti“. Nejvíce respondentů z věkového rozmezí 15 - 24 let si myslí, že povinnou náležitostí je hmotnost produktu. Co se týče vzdělání respondentů, nejvíce volená odpověď byla respondenty mající vysokoškolské vzdělání a to z 67 %. Složení jako povinnou náležitost obalu potraviny zvolilo 36 respondentů se středoškolským vzděláním s maturitou, a 2 respondenti zastupující zbylé skupiny dle vzdělání. Pro 68 respondentů s vysokoškolským vzděláním je také povinnou náležitostí

uvedení hmotnosti na obalu, stejně tak tuto povinnost chápe 32 osob s maturitou. I v této odpovědi jsou také zahrnuti 2 respondenti, kteří zastupují osoby se základním a středoškolským vzděláním bez maturity. Vzhledem k tomu, že respondenti mohli zvolit více než jednu odpověď, bylo vhodné zjistit i souběh odpovědí. Celkem 102 respondentů, kteří zvolili odpověď složení, zvolili zároveň i hmotnost produktu jako povinnou náležitost obalu. Pro 65 respondentů je povinným údajem složení, hmotnost a výživové údaje. S datem minimální trvanlivosti úzce souvisí údaje o podmínkách pro uchování, skladování potravin. Jejich dodržení zajišťuje zachování uvedené trvanlivosti na obalu potravin. Tento souběh odpovědí zvolilo 68 dotazovaných. Následující odpovědi „kontaktní údaje výrobce, prodejce či balírny" a „místo původu" mohli někteří ze 44 dotazanových považovat za totožné, protože vždy zvolili pouze jednu z uvedených odpovědí. Bohužel se nejedná o stejné náležitosti a je potřeba je rozlišovat. Jeden respondnent využil možnost doplnění své vlastní odpovědi a myslí si, že další povinnou náležitostí obalu potravin jsou alergeny (tato odpověď není v následujícím grafu zaznamenána).

Graf 15: Jaké náležitosti jsou podle Vás na obalech potravin povinné dle Zákona 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele? – dle pohlaví



Zdroj: autor

Jak lze vidět na Grafu 15, nejvíce mužů si myslí, že povinným údajem na obalu potravin je datum minimální trvanlivosti. Naopak nejméně mužů shledává, že zvláštní podmínky na skladování musí být na obalu potravin vyznačeny. Překvapivým zjištěním je fakt, že pouze 43 % žen (tj. nejméně) si myslí, že by výživové údaje měly být na obalu potravin vyznačeny. Nejmarkantnější rozdíl mezi odpověďmi žen a mužů se vyskytl u složení produktu, kde se odpovědi lišily o vice než 50 %. Obecně můžeme říci, že ženy označovaly

vice správných odpovědí. Tato skutečnost je pravděpodobně způsobena tím, že ženy nakupují potraviny častěji než muži.

Další dvě otázky se týkaly označování kvality potravin v ČR. První ze dvou otázek měla dotazované roztřídit na ty, kteří si myslí, že záruka kvality potravin není u nás určitým způsobem označena a na ty, kteří si myslí, že na obalech potravin lze najít záruku kvality. Celkem 63 žen a 21 mužů souhlasí s položenou otázkou. Zatímco z odpovědí 44 dotazovaných, z nichž je 34 žen a 9 mužů, vyplývá, že na obalech potravin kvalitu potravin najít nelze. Kladné odpovědi z hlediska věkových skupin byly označeny v následujících počtech a pořadí:

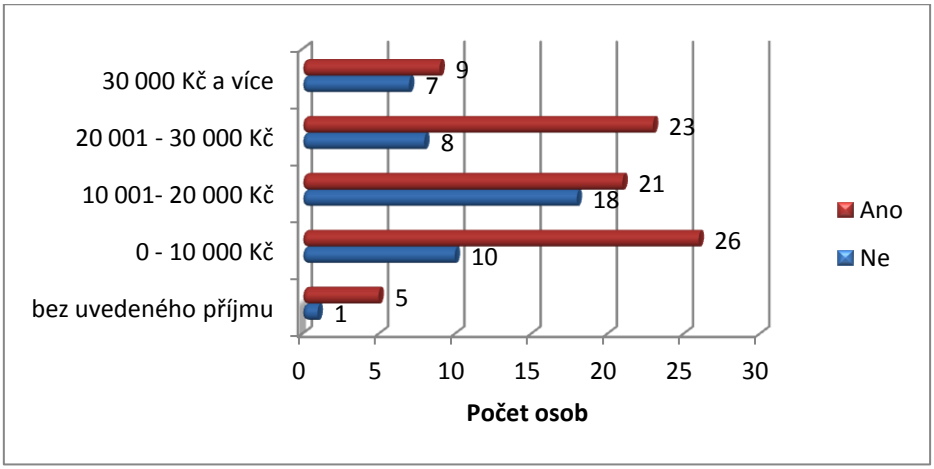
Tabulka 1: Lze na obalech potravin najít „záruku kvality"?

Věk respondentů	Počet respondentů dle odpovědi	
	ano	ne
15 – 24 let	30	19
25 – 39 let	38	17
40 – 55 let	14	4
56 a více let	2	4

Zdroj: autor

Z příjmového hlediska lze respondenty s příjmem do 10 000 Kč označit za ty, kteří označili kladnou odpověď nejčetněji.

Graf 16: Lze na obalech potravin najít „záruku kvality" ?

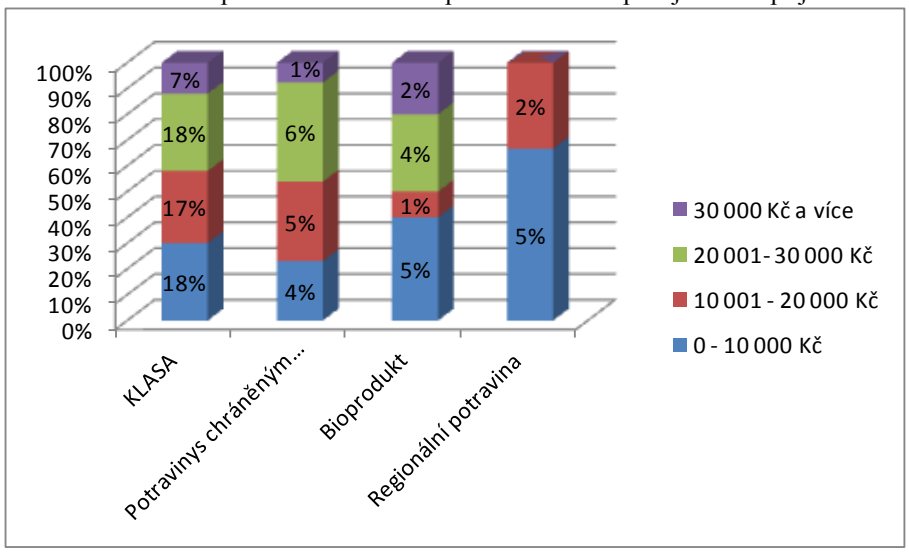


Zdroj: autor

Otázka *„Jaké označení v České republice tuto kvalitu spotřebiteli zabezpečuje?"* úzce souvisí s předchozí otázkou. Respondenti měli určit, jakým způsobem jsou označeny kvalitní potraviny v České republice. Na výběr měli ze 4 alternativ odpovědí: Regionální potravina, Bioprodukt, Potraviny s chráněným označením zahrnují následující – zaručené tradiční

speciality (ZTS), chráněné označení původu (CHOP), chráněné zeměpisné označení (CHZO), Klasa. Na otázku odpovídali pouze ti respondenti, kteří v předchozí otázce zvolili možnost "ano". Jak už bylo v teoretické části řečeno, národní značku záruky kvality představuje značka Klasa. Správnou odpověď zvolilo 53 dotazovaných. Z podrobnější analýzy otázky bylo zjištěno, že národní značku kvality Klasa nejčastěji znají ženy ve věkové skupině 15 – 24 let a dále pak ženy v následujícím věkovém rozpět 25 – 39 let. I zde lze předpokládat, že možným důvodem tohoto zjištění je fakt, že se o kvalitní potraviny zajímají především ženy. Jako překvapivé zjištění bylo shledáno, že národní značku kvality označilo více mužů se středoškolským vzděláním oproti respondentům s vysokoškolským. Naopak u žen nastala obvyklá situace, kdy správnou odpověď označilo téměř 2x více žen s vysokoškolským vzděláním. Za národní značku kvality považuje 11 respondentů označení produktů názvem „Bioprodukt". Toto označení zvolilo 7 žen a 4 muži. V tomto případě měly všechny ženy vysokoškolský titul, zatímco z pohledu mužů se jednalo pouze o 3 respondenty. Zbývající jeden respondent dosáhl maturitní zkoušky. Necelým 1 % z 84 kladných odpovědí dotazovaných je zde zastoupena odpověď „Regionální potraviny". Vzhledem k nízkému procentu zastoupení, lze u zvolené odpovědi předpokládat, že dotazování opomněli na slovo „národní" a určili značku jakosti v rámci regionální výroby (distribuce) produktů. Poslední možnost odpovědi „Potraviny s chráněným označením" vybralo celkem 13 respondentů, kdy více jak 75 % z nich měli vysokoškolské vzdělání. Počet respondentů, kteří zvolili za národní značku kvality Klasa, potvrzuje opět domněnku, že otázky uzavřeného charakteru nejsou v dotazníku dostačující, neboť vybrání jedné ze dvou alternativ odpovědí nemusí vždy znamenat, že respondent dané problematice rozumí.

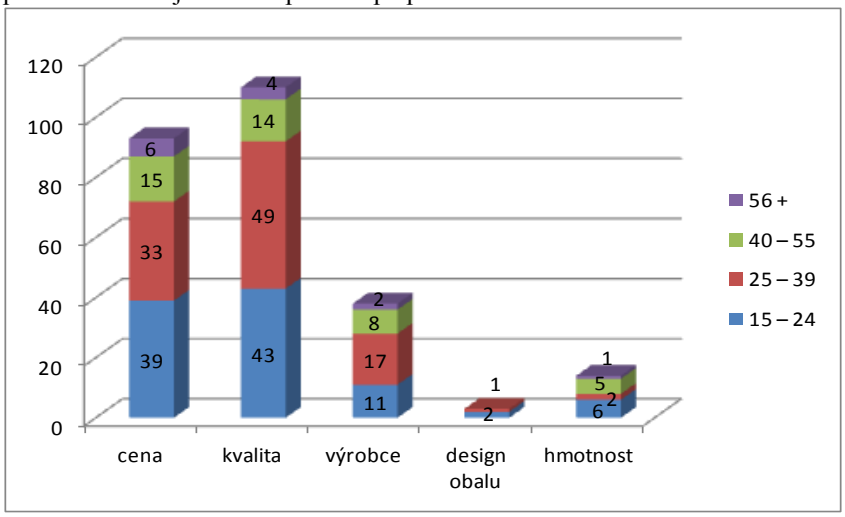
Graf 17: Jaké označení v České republice tuto kvalitu spotřebiteli zabezpečuje? – dle příjmů



Zdroj: autor

Úkolem další otázky bylo zjistit, jaký faktor by byl rozhodující pro dotazované v případě nákupu potravin. Tato otázka byla položena všem respondentům bez ohledu na to, zda produkty nakupují či ne. Jak je vidět z Grafu 16 níže, mezi nejvýznamnější faktory ovlivňující nákup respondent patří cena a kvalita. Kvalitní potraviny požaduje 49 osob z nejpočetnější věkové skupiny vzorku respondentů. Celkově na kvalitě potravin lpí 110 respondentů, jež nejčastěji dosahují příjmů od 10 001 do 20 000 Kč (32x). Dalších 31 respondentů disponuje příjmem do 10 000 Kč/měsíc, což se dá považovat za zajímavé zjištění. Kvalita potravin totiž velmi často přímo úměrně souvisí s cenou a čím je produkt kvalitnější, tím je také dražší. Třetí kategorie s příjmem v rozmezí 20 001 – 30 000 Kč je zastoupena téměř 30 % dotazovaných osob, které zajímá především kvalita potravin. Cena potravin je rozhodujícím faktorem pro 24 mužů a 69 žen. Z toho téměř 50 % žen tvoří ženy z věkové kategorie 15 – 24 let s maximálním měsíčním příjmem 10 000 Kč. Faktor ceny dle šetření ovlivňuje 62 % osob s vysokoškolským vzděláním, 34 % osob se středoškolským vzděláním s maturitou, 1 % dotazovaných se středoškolským vzděláním bez maturity a 2 % osob se základním vzděláním. I v této otázce došlo k několika souběhu odpovědí. Např. 76 respondentů zajímá především cena v souvislosti s kvalitou. Za stejně důležitý faktor považuje 36 dotazovaných kvalitu a výrobce. U této otázky měli respondenti možnost poznačit svoji odpověď, pokud jim nabízené odpovědi nevyhovovali. Této možnosti využilo 5 respondentů, pro které je také rozhodujícím faktorem při nákupu zkušenost s výrobkem a jeho chuť.

Graf 18: Jaký je pro vás rozhodující faktor při nákupu potravin? – dle věku

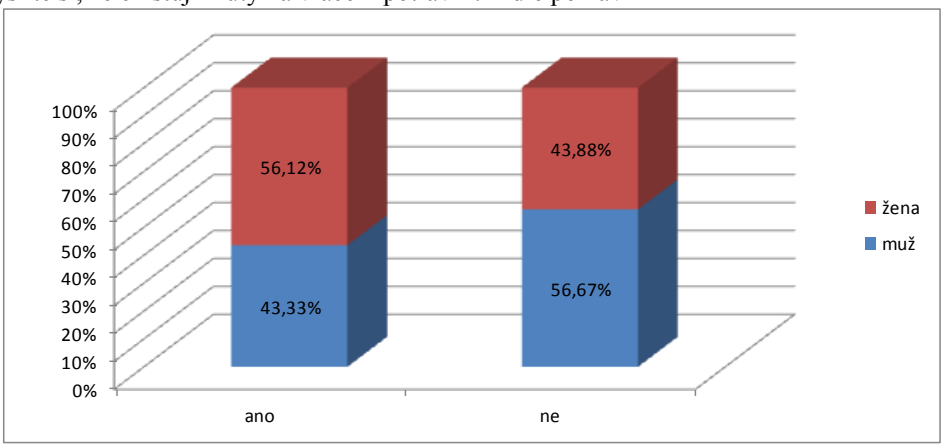


Zdroj: autor

Následující otázka měla za úkol zjistit, zda si dotazovaní myslí, že existují lhůty na vrácení potravin. Kladně na tuto otázku odpovědělo 68 respondentů, kteří tvoří nadpoloviční

většinu (53 %). O 8 respondentů méně si myslí, že lhůty na vrácení potravin neexistují. Jak zobrazuje graf níže, 56,12 % žen si je vědomo existence lhůt na vrácení potravin. Téměř stejné procento mužů naopak na tuto otázku odpovědělo "ne". Dále z šetření vyplynulo, že respondenti ve věkovém rozmezí 15 – 24 let označili odpověď "ano" nejvíce, 26x. Naopak respondenti ve věku 25 – 39 let se podílejí na záporné odpovědi nejčetněji. Pokud bychom chtěli určit počet respondentů s kladnou odpovědí dle dosahovaného příjmu, zjistíme, že největší zastoupení zde mají osoby s příjmem do 10 000 Kč měsíčně. To nám potvrzuje i fakt, že kladnou odpověď označilo zmíněných 26 osob v první věkové kategorii. Dále se na odpovědi "ano" podílí 31 % respondentů v příjmové skupině 10 001 – 20 000Kč měsíčně a 31 % respondentů v příjmové skupině 20 001 – 30 000 Kč. Pouze 6 respondentů dosahovalo měsíčního příjmu nad 30 000 Kč. Odpověď "ne" zaznamenali v nižším počtu osoby ze všech příjmových skupin, s výjimkou osob s příjmem nad 30 000 Kč měsíčně, kdy ji označilo 10 respondentů.

Graf 19: Myslíte si, že existují lhůty na vrácení potravin? – dle pohlaví

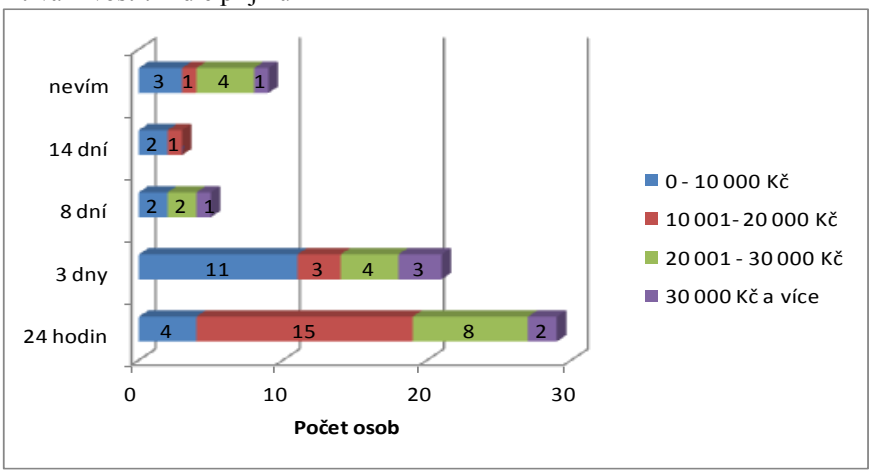


Zdroj: autor

Cílem sedmnácté otázky bylo určit, zda respondenti znají lhůtu, ve které můžou vrátit balené potraviny zpět do obchodu. Obecně tento fakt není známý a zkoumaný vzorek respondentů potvrdil, že téměř více než 90 % respondentů lhůtu na vrácení potravin skutečně neznají. Jednalo se o polouzavřenou otázku, která nabízela následující odpovědi: „24 hodin", „3 dny", „8 dní", „14 dní" a vlastní odpověď. Nejčetněji zvolená odpověď respondenty byla 24 hodin. Tuto odpověď zaškrtlo 45 % dotazovaných, z nichž 21 respondentů dosáhlo vysokoškolského vzdělání, 9 respondentů středoškolského vzdělání s maturitou a jeden bez ní. O 10 dotazovaných méně, relativně o 15 %, si myslí, že lhůta na vrácení potravin trvá 3 dny. Správnou odpovědí byla varianta, kde lhůta na vrácení potravin činí 8 dní. Tu označilo 5

dotazovaných. Vlastní odpověď zvolilo 8 respondentů, kteří si nebyli jisti, tak napsali „nevím“. U všech odpovědí musí být respektováno datum minimální trvanlivosti. To znamená, že pokud je na obale potraviny uvedené DTM končící za 5 dní, tak lhůta na vrácení potravin bude činit také 5 dní, nikoliv 8 dní. Na tento problém byli respondenti v otázce upozorněni. Výsledky odpovědí z hlediska příjmů byly zaznamenány následovně:

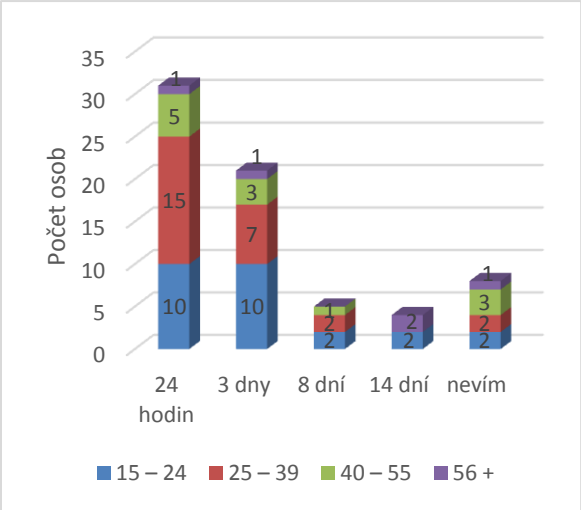
Graf 20: Kolik dní máte na vrácení balených potravin, resp. jaká je jejich záruční doba s ohledem na datum minimální trvanlivosti? – dle příjmů

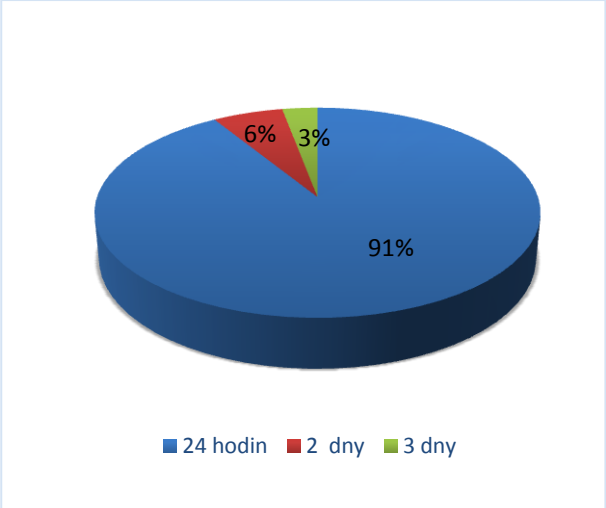


Zdroj: autor

Další otázka byla zaměřena na znalost spotřebitelů týkající se opět lhůty na vrácení potravin, avšak těch nebalených a zněla následovně: „*V jaké lhůtě lze reklamovat lahůdky, chlebíčky, pomazánky na váhu aj.“*. Zajímavé je, že na tuto otázku odpovědělo téměř 100 % respondentů správně. Lze tedy konstatovat, že povědomí respondentů o lhůtě vrácení pultových výrobku je mnohem vyšší než u balených potravin. Zbylých 7 dotazovaných si zvolilo mezi odpovědí 2 dny, či 3 dny. V rámci sledovaných věkových skupin správně na otázku odpověděl shodný počet respondentů z věkového rozmezí 15 – 24 let a 25 – 39 let. Z hlediska vzdělání lze za informované respondenty považovat 1 osobu se středoškolským vzděláním bez maturity, 17 osob majících maturitu a 44 osob disponujících vysokoškolským titulem, jelikož jejich odpověď byla 24 hodin.

Graf 21: Kolik dní máte na vrácení balených potravin, resp. jaká je jejich záruční doba s ohledem na datum minimální trvanlivosti? – dle věku
Graf 22: V jaké lhůtě lze reklamovat lahůdky, chlebíčky, pomazánky na váhu aj.:

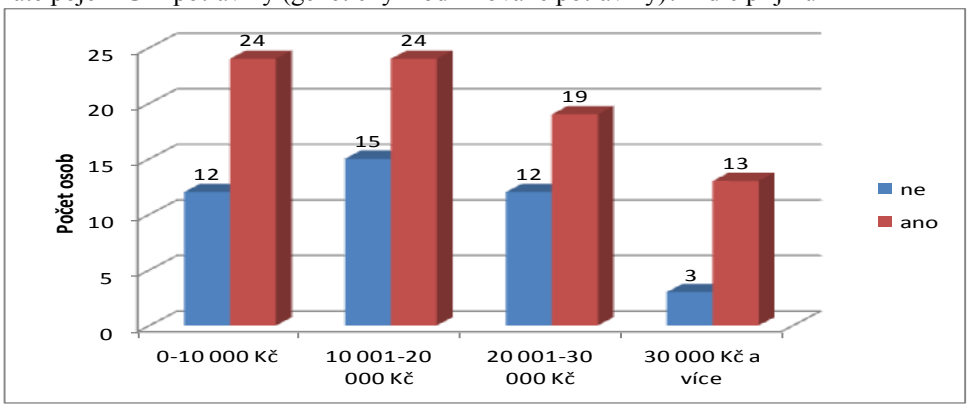




Zdroj: autor

V pořadí 19. otázka zkoumala, zda respondenti znají pojem GM potraviny, neboli geneticky modifikované potraviny. Pro připomenutí se jedná o takovou potravinu, která obsahuje geneticky modifikované organizmy, či se z nich skládá, příp. je z nich vyrobena. Jedná se především o produkty z kukuřice, brambor, řepky, sóji a také cukrové řepy. Z celkového počtu respondentů zná tento pojem 84 dotazovaných, kteří jsou nejvíce zastoupeni z věkového rozpětí 25 – 39 let v počtu 36 osob. Další četnou skupinou, která zná GM potraviny, je první věková skupina, která je v této odpovědi zastoupena 43 %. O polovinu méně respondentů je zastoupena v odpovědi „ano“ věková skupina 40 – 55 let. Necelé 4 % s věkem nad 56 let se taktéž na kladné odpovědi podílí. Pokud bychom chtěli respondenty rozdělit dle vzdělání, zjistíme, že 16 osob se středoškolským vzděláním se s pojmem nikdy nesetkalo, zatímco o 10 dotazovaných více se stejným vzděláním tento pojem znám. Téměř dvojnásobek respondentů s vysokoškolským titulem odpovědělo ano, oproti těm, kteří zvolilo opačnou odpověď.

Graf 23: Znáte pojem GM potraviny (geneticky modifikované potraviny)? – dle příjmů



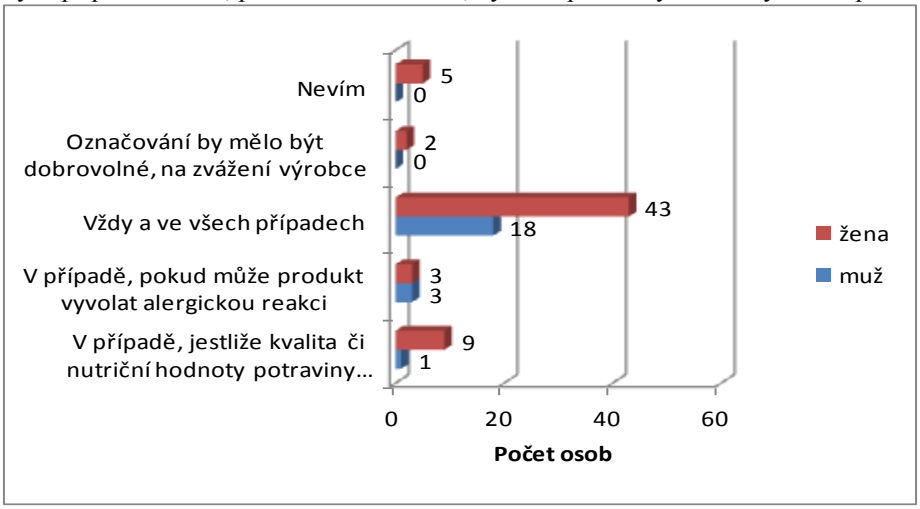
Zdroj: autor

V rámci dalšího šetření byla respondentům položena následující otázka: *„V jakých případech musí, podle Vašeho názoru, být GM potraviny označeny?“* Získané odpovědi jsou pouze od respondentů, kteří odpověděli na předchozí otázku „ano“. Požadavky na označování potravin s GMO jsou velmi přísné a v České republice jsou označeny pouze větou, ve které je stanoveno, že produkt obsahuje GMO. GM potraviny nejsou u nás příliš rozšířené, a proto je jejich označování velmi zanedbané. V této otázce mě zajímalo, u jakých potravin a jaké označení by spotřebitelé uvítali. Pro snadnější zpracování výsledků bylo respondentům nabídnuto několik variant odpovědí, které byly stanoveny na základě poznatků získaných při zpracování teoretické části. Alternativy odpovědí byly následující:

- vždy a ve všech případech;
- v případě, jestliže kvalita či nutriční hodnoty potraviny byly změněny;
- v případě, pokud může produkt vyvolat alergickou reakci;
- označování by mělo být dobrovolné, na zvážení výrobce.

Pokud někomu nevyhovovala stanovená odpověď, měl zde prostor pro vlastní odpověď. Většina respondentů by uvítala, pokud by GM potraviny byly označeny vždy a ve všech případech. Toto označení požaduje téměř 73 % dotazovaných a to v poměru 18 mužů a 43 žen.

Graf 24: V jakých případech musí, podle Vašeho názoru, být GM potraviny označeny? – dle pohlaví

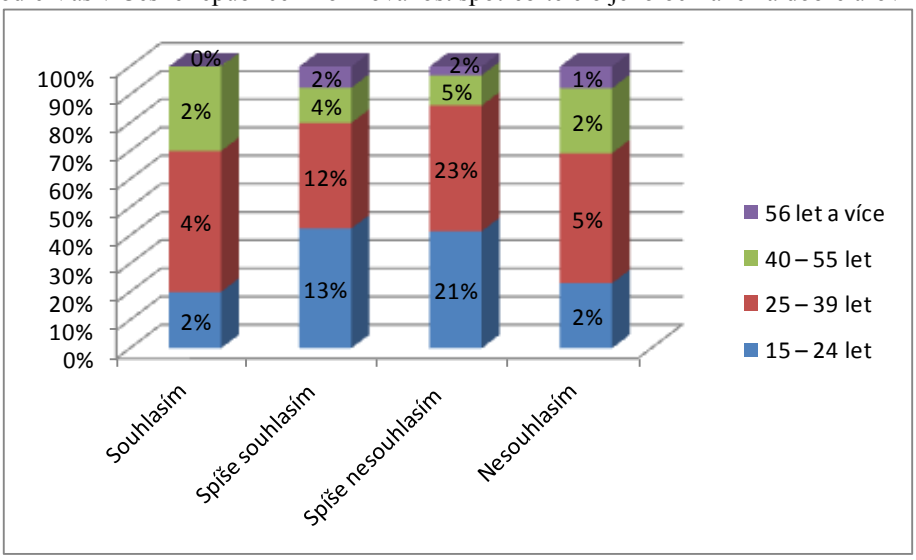


Zdroj: autor

Na počtu odpovědi „vždy a ve všech případech“ se podílelo 34 % osob do 24 let, o 6 % více osob z následující věkové skupiny. Zbylé dvě věkové skupiny se vyjádřily ve prospěch označení GM potravin vždy a ve všech případech 24 %. Z 61 kladných odpovědí si 10 respondentů myslí, že by GM potraviny měly být označeny v případě, že jejich kvalita a nutriční hodnoty potravin byly změněny. 6 respondentů by ocenilo, pokud by potraviny obsahující GMO byly označeny v případě, jestli můžou vyvolat alergickou reakci. S poslední odpovědí *„označování by mělo být dobrovolné, na zvážení výrobce“* souhlasili pouze dva dotazovaní. Další 5 respondentů zvolilo jako vlastní odpověď „ nevím“.

Úkolem devatenácté otázky bylo zjistit, jaký názor mají respondenti obecně na jejich informovanost z hlediska jejich ochrany (*„Je podle Vás v České republice informovanost spotřebitele o jeho ochraně na dobré úrovni?“*). Celkem 65 dotazovaných si myslí, že informovanost spotřebitelů v České republice je spíše nedostatečná. Tento názor sdílí 16 mužů a třikrát více žen. K opačné odpovědi „spíše souhlasím“ se přiklonilo 31 %, které jsou zastoupeni pouze 9 muži a 30 ženami.

Graf 25: Je podle Vás v České republice informovanost spotřebitele o jeho ochraně na dobré úrovni? – dle věku



Zdroj: autor

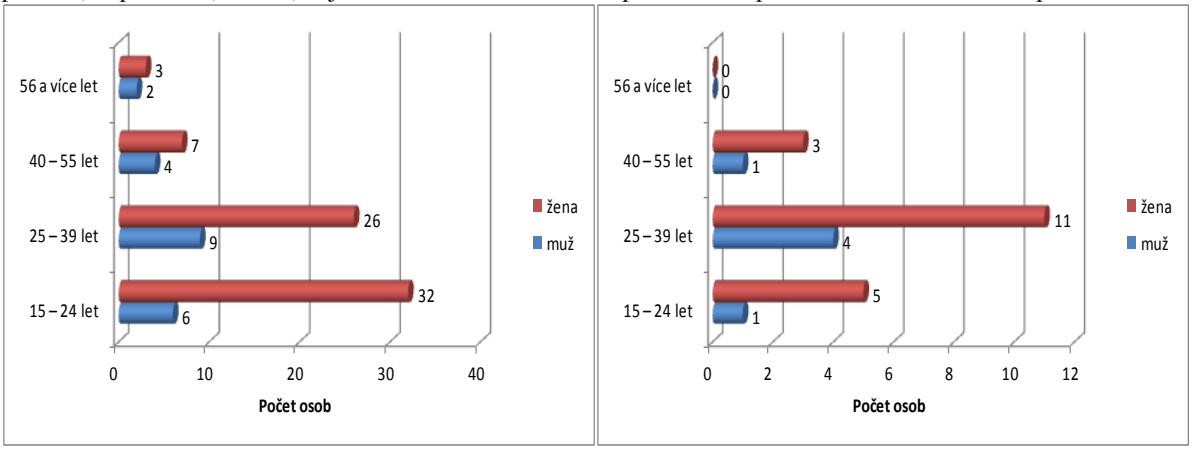
Z nejvíce zvolené odpovědi „spíše nesouhlasím“ bylo 40 respondentů vysokoškolského vzdělání, 23 disponovalo středoškolským vzděláním ukončeným maturitou a 2 respondenti, kteří měli základní vzdělání. „Spíše souhlasím“ označilo 25 dotazovaných, kteří získali vysokoškolských titul. Středoškolské vzdělání mělo 14 osob ve výše zmíněné odpovědi. Pouze 1 respondent se středoškolským vzděláním bez maturity zvolil odpověď „spíše souhlasím“.

Další otázka se zaměřila na znalost spotřebitelů v otázce existence státních organizací zaměřených na jejich ochranu. Respondenti měli zvolit minimálně jednu organizaci, s kterou se dosud setkali. Odpovědi na otázku byly stanoveny následovně: „Česká obchodní inspekce“, „Státní veterinární správa“, „Státní zemědělská potravinářská inspekce“, „Úřad pro potraviny“ a vlastní odpověď respondenta. Dle mého očekávání byla nejčastější odpovědí Česká obchodní inspekce. Je to organizace, která nejvíce vystupuje na trhu se spotřebiteli. ČOI zvolilo celkem 121 respondentů, což je drtivá většina. Pouze ze sedmi zbylých dotazovaných zvolil jeden respondent Státní veterinární správu a ostatní využili vyplnění vlastní odpovědi. Druhou nejčastěji zvolenou odpovědí byla organizace, která spadá pod Ministerstvo zemědělství a tou je Státní zemědělská potravinářská inspekce (SZPI). Tu zvolilo 87 % dotazovaných (22 mužů a 65 žen). Se SZPI se již setkalo 26 žen a 6 mužů z první věkové kategorie (15 – 24 let), 27 žen a 10 mužů ve věku 25 – 39 let. Další věková kategorie 40 – 55 let byla zastoupena 9 ženami a 4 muži. Respondenti s věkem nad 56 let, zvolili SZPI 3x. Státní veterinární správa je známá pro 66 respondentů, z toho jich 17 dosáhlo středoškolského

vzdělání a 49 respondentů má vysokoškolský titul. Poslední nabídnutou alternativou byl Úřad pro potraviny. Tuto odpověď zvolili pouze 3 respondenti. Jednalo se o 3 ženy s vysokoškolským vzděláním, které zde byly zastoupeny ze všech věkových kategorií kromě poslední. Respondenti u této otázky mohli zvolit více odpovědí najednou.

Níže uvedené otázka se nesla v podobném duchu a směřovala ke zjištění, zda dotazovaní vědí, na jakou instituci se mají obrátit v případě problému. Otázka zněla následovně: *„Na jakou instituci se obrátíte v případě, že jste zakoupili zdravotně závadné produkty živočišného původu, např. maso, mléko, vejce?“* Otázka byla uzavřeného charakteru a respondent si mohl vybrat z organizací, které byly uvedeny v předchozí otázce („Česká obchodní inspekce“, „Státní veterinární správa“, „Státní zemědělská potravinářská inspekce“, „Úřad pro potraviny“). Dle výsledků předchozí a této otázky je zřejmé, že respondenti mají určitým způsobem vžité uvedené organizace, vědí o tom, že existují, avšak už nevědí, na jakou z nich by se obrátili, pokud by měli určitý problém. Více než 65 % respondentů (89) si myslí, že Česká obchodní inspekce vykonává dozor nad potravinami živočišného původu. Z 89 dotazovaných se jedná o 68 žen a 21 mužů. Výsledek této otázky není překvapivý, neboť Česká obchodní inspekce je v problematice ochrany spotřebitele velmi důležitým orgánem, která kontroluje na trhu mimo jiné řádné označování produktů, dodržování zásad dobrých mravů při jednáním se zákazníkem a poskytování řádných a pravdivých informací. Bohužel tato odpověď není správná, neboť za zdravotní nezávadnost produktů typu maso, mléko, vejce a jiných podobných produktů je odpovědná Státní veterinární správa (SVS). Správnou odpověď zvolilo 25 osob (19 žen a 6 mužů), z toho převážná většina byly ženy s vysokoškolským vzděláním.

Graf 26: Na jakou instituci se obrátíte v případě, že jste zakoupili zdravotně závadné produkty živočišného původu, např. maso, mléko, vejce? – rozložení dle věku a pohlaví u odpovědi Česká obchodní inspekce
Graf 27: Na jakou instituci se obrátíte v případě, že jste zakoupili zdravotně závadné produkty živočišného původu, např. maso, mléko, vejce? – rozložení dle věku a pohlaví u odpovědi Státní veterinární správa

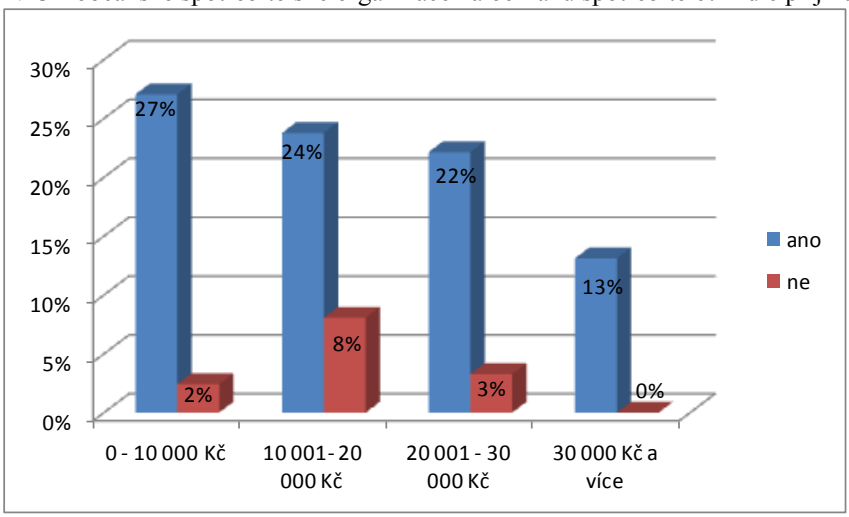


Zdroj: autor

Na Grafu 26 je zobrazeno složení respondentů, kteří za svou odpověď zvolili ČOI. Z věkového rozmezí 15 – 24 let by se na ČOI obrátilo na 38 dotazovaných. Tuto odpověď zvolilo nejvíce žen s výše uvedeným věkem (32x) a nejvíce mužů (9x) z věkového rozpětí 25 – 39 let. Na vedlejším grafu je vidět, jak se podílí osoby na správné odpovědi – tedy ten, kdo zaškrtnul Státní veterinární správu. Tuto odpověď si vybralo 11 žen a 5 mužů z nejpočetnější věkové skupiny vzorku respondentů, 6 respondentů ve věku 15 – 24 let a 4 respondenti z předposlední stanovené věkové skupiny. Žádný respondent s věkem nad 56 let nesdílí tento názor.

V další otázce jsem zjišťovala, znalost respondentů z hlediska existence občanských spotřebitelských organizací. K tomu mi posloužila uzavřená otázka, na kterou si spotřebitel mohl vybrat ze dvou odpovědí – ano/ne, díky čemuž se odfiltrovali v následující otázce ti respondenti, jenž si nemyslí, že na území našeho státu existují organizace, které pomáhají spotřebitelům při řešeních jejich problémů. Ze 128 respondentů odpovědělo na otázku: *„Existují v ČR občanské spotřebitelské organizace na ochranu spotřebitele?“* 86 % kladně. Na kladné odpovědi se podílelo 24 mužů a téměř čtyřnásobek žen. Nejčastěji odpovědělo „ano“ 37 dotázaných žen, poté 36 žen z následující věkové kategorie a pouze 9 žen ve věku 40 – 55 let. Nejstarší ženy označily kladnou odpověď dvakrát. Co se týče věkového složení mužů, nejčastěji kladně odpovědělo 12 dotazovaných do 39 let. Zároveň na tuto otázku odpovědělo „ne“ 9 mužů, kteří ukončili svoje vzdělání maturitní zkouškou. O 1 respondenta méně označili zápornou odpověď osoby s vysokoškolským vzděláním a pouze 1 respondent se základním vzděláním.

Graf 28: Existují v ČR občanské spotřebitelské organizace na ochranu spotřebitele? – dle příjmů



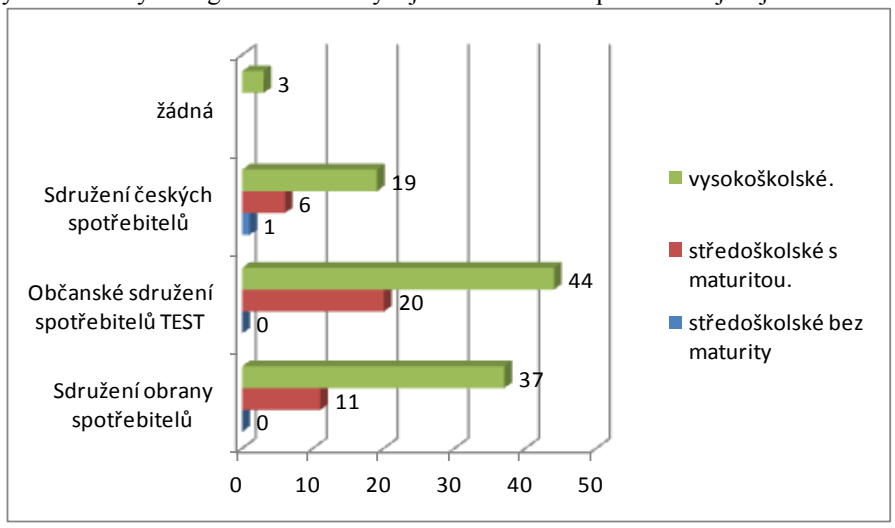
Zdroj: autor

Následující otázka položená dotazovaným zkoumala, s jakými občanskými organizacemi zabývající se ochranou spotřebitele se již respondent setkal. Respondent v této otázce měl na výběr z následujících odpovědí:

- Sdružení občanských spotřebitelů (SOS);
- Občanské sdružení spotřebitelů TEST;
- Sdružení českých spotřebitelů (SČS);
- Vlastní odpověď.

Celkem 48 dotazovaných se již setkalo se Sdružením občanských spotřebitelů, avšak Občanské sdružení spotřebitelů TEST má v povědomí o 16 dotazovaných více. Se třetí nabídnutou občanskou spotřebitelskou organizace Sdružení českých spotřebitelů se setkalo pouhých 26 respondentů. Počet respondentů není u spotřebitelské organizace TEST překvapivým výsledkem, neboť je nejvíce medializovaná a také vydává svůj vlastní časopis. Vlastní odpověď zvolili 3 respondenti, kteří se nesetkali doposud s žádnou organizací. Jelikož zde mohli respondenti uvést více odpovědí, byly zaznamenány také kombinace možností. Souběh odpovědí tedy nastal u odpovědi SOS a Občanské sdružení spotřebitelů TEST v počtu 27x. Respondenti, kteří označili Sdružení českých spotřebitelů, označili v dvanácti případech také SOS. Téměř ta samá situace se naskytnula u SČS a Občanského sdružení spotřebitelů TEST, kdy tyto odpovědi současně zvolilo jedenáct dotazovaných. Kombinaci všech tří občanských organizací označilo 5 respondentů zároveň. Tuto trojkombinaci zvolili 4 ženy ve věku 15 – 24 let, 25 - 39 let a 40 – 55 let (2x) a 1 muž ve věku nad 56 let. Výsledky odpovědí z hlediska vzdělání jsou uvedeny v následujícím grafu.

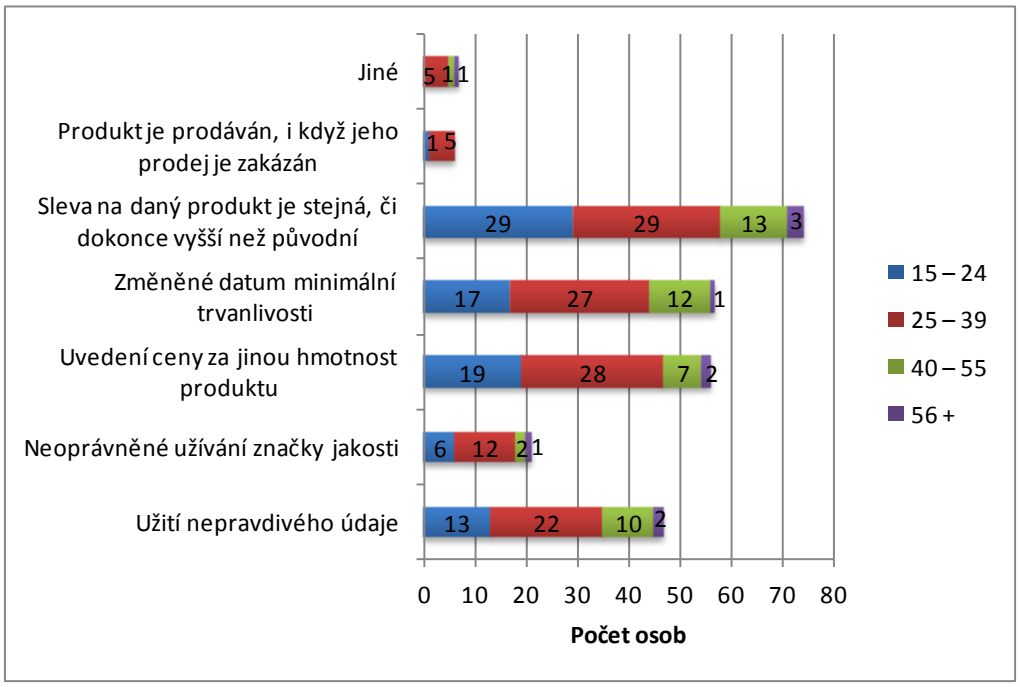
Graf 29: S jakými občanskými organizacemi zabývající se ochranou spotřebitele jste již setkal/a? - dle vzdělání



Zdroj: autor

Předposlední a poslední otázka dotazníku byla zaměřena na zkušenosti spotřebitelů při nákupu potravin. První z nich zjišťovala, s jakými klamavými praktikami se spotřebitelé setkali v souvislosti s nákupem potravin. Zaznamenané výsledky respondentů prokázaly, že spotřebitelé klamavým obchodním praktikám prodejců čelili již nesčetněkrát. Analýzou odpovědí bylo zjištěno, že dotazovaní se nejčastěji střetávají s uvedením slevy na produkt, kdy cena výrobku po slevě je stejná, či dokonce vyšší než původní. V poslední době se tato praktika čím dál více rozvíjí. Je všeobecně známo, že český národ slyší na slova typu „akce" či „sleva" a tak někteří jedinci si bezmyšlenkovitě dávají produkty s akční cenou či slevou do nákupního košíku. Dále prodejci využívají různě barevných cenovek, které mají spotřebitelům navodit asociaci levnějšího (akčního) zboží. Dotazovaní mají také zkušenosti s prodejci, kteří různým způsobem mění datum minimální trvanlivosti. Tuto zkušenost potvrdilo svoji odpovědí 57 dotazovaných. Hojně se také respondenti setkávají s takovou klamavou obchodní praktikou, kdy je u produktu uvedena cena za jinou hmotnost. Tento problém již řešilo celkem 56 respondentů. Čím dál častěji se setkáváme s tím, že cena produktu se sice nezmění, ale prodejce (výrobce) nepozorovaně změní hmotnost, či v horším případě uvede právě cenu za jinou hmotnost (samozřejmě za vyšší než daný produkt má). S užitím nepravdivého údaje na obalu produktu, na cenovce patřící danému produktu se již setkalo 47 dotazovaných. Užitím nepravdivého údaje může být myšleno nepravdivé složení potravin, neoznačení výrobce produktu nebo např. nevyznačené správné hmotnosti. Již ne tak časté, ale přesto vyskytující klamavé jednání zažili respondenti v souvislosti s neoprávněným užitím značky jakosti. Klamavé jednání prodejce završuje to, že dokonce 6 respondentů se při nákupu potravin setkalo s produkty, jejichž prodej je zakázán. Tato otázka byla svojí povahou polouzavřená, kde respondentům byla opět nabídnuta možnost pro vepsání vlastní odpovědi. Z několika odpovědí formulovaných respondenty jsem vybrala takové jednání výrobců, kteří klamavě označují produkt slovem „vícezrnný", aby potom působil jako „celozrnný", či barví pečivo nahnědo, aby vypadalo jako „celozrnné".

Graf 30: S jakými klamavými obchodními praktikami v souvislosti s nákupem potravin jste se již setkal/a? – dle věku



Zdroj: autor

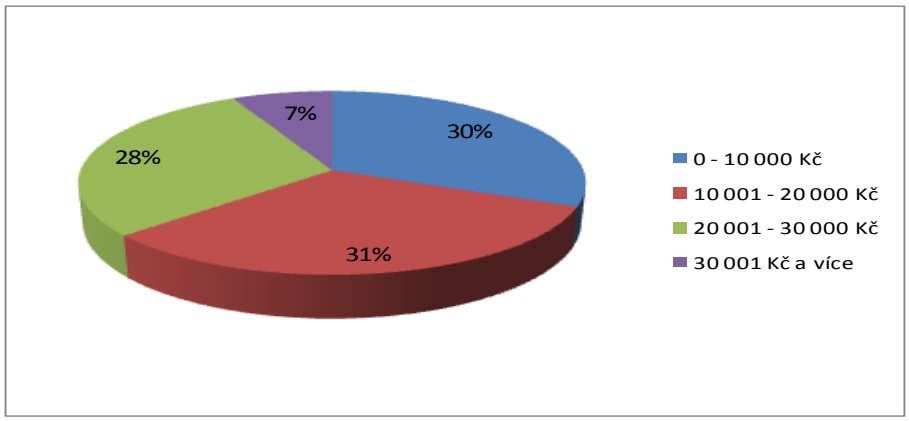
Úkolem poslední otázky bylo zjistit, jak se respondenti zachovají, pokud při nákupu potravin narazí na problémy uvedenými v předchozí otázce. Otázka byla položená jako poslední záměrně, neboť zachycuje odraz spotřebitelů k jejich vlastní ochraně. Ochrana spotřebitelů je důležitá nejen ze strany státních institucí a občanských organizací zabývajících ochranou spotřebitele, ale i také ze strany samotného spotřebitele. To, jakým způsobem se spotřebitel zachová, má očividný důsledek do budoucnosti. I v tomto případě se jednalo o polozavřenou otázku s možností označit pouze jednu odpověď, kdy respondentům byly nabídnuty odpovědi a ponechán pro ně prostor pro vlastní odpověď. Respondenti si mohli vybrat z následujících:

- o problému povím rodině, přátelům či známým;
- obrátím se na patřičnou instituci;
- stěžuji si přímo v prodejně (pokud na to přijdu v místě nákupu);
- problém si nechám pro sebe a neřeším ho,
- vlastní odpověď.

Výsledky podle předpokladu prokázaly, že dotazovaní si nechají problém pro sebe a neřeší ho. Tak se zachová téměř 70 % z dotazovaných. Pomocí analýzy odpovědí bylo zjištěno, že se jedná o 62 žen a 26 mužů. Zatímco ženy tvoří více než 60 % z celkového počtu žen, u mužů se jedná o téměř 100 %. Dalších 28 % respondentů sdělí svůj problém rodině, přátelům, známým či

si stěžují přímo v prodejně. Stížnost v prodejně podávají převážně ženy ve věkovém rozmezí 25 - 39 let. Zbylí 3 respondenti se obrací s problémem na příslušnou instituci. V souvislosti s nejvyšším dosaženým vzděláním bylo zaznamenáno, že nejčetnější odpověď označilo 52 dotazovaných s vysokoškolským vzděláním, 29 osob majících maturitu, 5 osob se středoškolským vzděláním bez maturity a 2 osoby se základním vzděláním. Na patřičnou organizaci se obrátí 2 ženy a 1 muž ve věkovém rozmezí 40 – 55 let.

Graf 31: V případě, že při nákupu potravin narazíte na problémy uvedené v předchozí otázce, se zachováte: o problému povím rodině, přátelům či známým - dle příjmů



Zdroj: autor

5. Zhodnocení výsledků a doporučení

Z provedeného výzkumu prostřednictvím dotazníkového šetření vyplynulo, že potraviny pro domácnost nakupuje 97 % respondentů, což představuje drtivou většinu všech respondentů. Dále vyplynulo, že respondenti, kteří nenakupují potraviny, jsou především ve věku 15 - 24 let a je tedy pravděpodobné, že nákupy pro jejich domácnost stále obstarávají jejich rodiče. Pomocí druhé otázky se mi podařilo potvrdit hypotézu H1, kdy jsem stanovila, že více než 60 % respondentů nakupuje potraviny několikrát týdně. Pouze o necelých 5 % respondentů více potvrdilo stanovenou hypotézu. Výsledky šetření také prokázaly, že několikrát do týdne nejčastěji nakupují osoby s vysokoškolským vzděláním a příjmem do 10 000 Kč měsíčně.

Pomocí druhé hypotézy H2 se mi podařilo potvrdit, že ženy se zajímají o složení potravin mnohem více než muži. Tento fakt je pravděpodobně způsoben opět tím, že ženy jsou více zainteresované do svého životního stylu a snaží se o to, aby jimi nakupované potraviny byly zdravé a kvalitní. Dále z šetření vyplynulo, že s rostoucím věkem se respondenti přestávají o složení potravin zajímat.

Hypotéza H3 byla stanovena následovně: *„Méně než 10 % dotazovaných se v případě pomoci v souvislosti se složením potraviny obrací na personál v prodejně.“*. Vzhledem k rozšíření internetu, možnosti vyhledávání informací kdekoliv a šíří dostupných informací, které jsou nám prostřednictvím internetového připojení poskytovány, jsem předpokládala, že již velmi nízké procentuální zastoupení se bude obracet na personál v obchodě. Do stanovených 10 % byli především zahrnuti respondenti v důchodovém věku. Tuto hypotézu se mi bohužel nepodařilo potvrdit, jelikož služeb personálu v obchodě využívá stále necelých 15 %, to je tedy o 5 % více, než byla stanovená hypotéza. Na personál v obchodě se z dotazovaných respondentů nejčastěji obrací respondenti ve věku 25 – 39 let.

Hypotéza H4 souvisela se znalostí spotřebitelů ohledně data minimální trvanlivosti a použitelnosti a byla stanovena na základě šesté otázky. V rámci hypotézy bylo stanoveno, že více než 60 % dotazovaných považuje uvedené pojmy za totožné. Vzhledem k šesté otázce lze říci, že hypotéza potvrzena nebyla, neboť téměř 80 % dotazovaných spatřuje v pojmech diferenciaci. Znalost respondentů z hlediska těchto pojmů byla zároveň prověřena v následující otázce. Dle očekávání bylo také zjištěno, že datum minimální trvanlivosti sledují dotazovaní u potravin, které podléhají rychlé zkáze. Avšak na obalech potravin podléhajících rychlé zkáze se vyznačuje datum použitelnosti, kde je napsáno „Spotřebujte do …“. Vzhledem k získaným výsledkům lze říci, že respondenti výše uvedené pojmy skutečně zaměňují.

Úkolem hypotézy H5 bylo potvrdit moji domněnku, že pouze 30 % respondentů ví, jaké povinné náležitosti musí obsahovat obal potravin. Uvedenou hypotézu nepotvrdil ani jeden

z dotazovaných. Respondenti si nejčastěji myslí, že obal potravin musí obsahovat složení, hmotnost produktu a také jeho datum minimální trvanlivosti. Naopak opomíjejí, že na obalu musí spotřebitel nalézt výživové údaje, zvláštní podmínky na použití a skladování produktu a kontaktní údaje výrobce. Myslím si, že uvedené odpovědi jsou zapříčiněny především tím, s čím se spotřebitelé setkávají ve skutečnosti. Značný rozdíl mezi odpověďmi žen a mužů se vyskytl u složení produktu, kde se odpovědi lišily o vice než 50 %. Obecně můžeme říci, že ženy označovaly vice správných odpovědí. Tato skutečnost je pravděpodobně způsobena tím, že ženy nakupují potraviny častěji než muži.

Stanovená hypotéza H6 měla za úkol potvrdit, že méně než 20 % respondentů si je vědomo toho, jak dlouhá lhůta jim je ze zákona poskytnuta na vrácení balených potravin. Obecně tento fakt není známý a zkoumaný vzorek respondentů potvrdil, že téměř více než 90 % respondentů lhůtu na vrácení potravin skutečně neznají. Nejčastěji volenou odpovědí bylo 24 hodin, což je lhůta, která je poskytnuta spotřebitelům pro vrácení potravin balených přímo v místě prodeje (lahůdky, saláty, aj.). Správně odpovědělo pouze 5 dotazovaných, kteří označili, že tato lhůta činí 8 dní. Hypotéza je potvrzena, jelikož podíl osob, které správně odpověděli, činí necelých 10 %. Co se týče informovanosti dotazovaných ohledně lhůty u nebalených potravin, téměř 100 % dotazovaných odpovědělo správně. Lze tedy konstatovat, že povědomí respondentů o lhůtě vrácení pultových výrobků je mnohem vyšší než u balených potravin.

Poslední hypotéza H7, která byla stanovena, se týkala znalosti respondentů ohledně spotřebitelských organizací. Bylo stanoveno, že pro více než 80 % respondentů je nejznámější organizací zabývající se ochranou spotřebitele Česká obchodní inspekce, ale bohužel ne všichni disponují znalostmi, na jaké problémy se jednotlivé organizace zaměřují. Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že mezi respondenty je skutečně nejvíce známá Česká obchodní inspekce, pravděpodobně díky tomu, že nejvíce vystupuje na trhu se spotřebiteli. Získané výsledky potvrzují první část hypotézy, neboť respondenti označili ČOI 121x, což je téměř o 15 % respondentů více, než bylo v hypotéze stanoveno. Druhá část hypotézy byla potvrzena pomocí otázky, která zjišťovala, na kterou instituci by se respondenti obrátili v případě, že by se setkali s potravinou živočišného původu, která nesplňuje definici zdravotně nezávadného produktu. Více než 65 % respondentů si myslí, že v tomto případě by jim pomohla ČOI, neboť vykonává dozor nad potravinami živočišného původu. Pouze 20 % (19 žen a 6 mužů) dotazovaných by se v tomto případě obrátilo na Státní veterinární správu, jež se právě kontrolou potravin živočišného původu zabývá.

Závěr

V dnešní době, kdy máme stále více možností nejen při nákupu potravin, ale také v technologiích, které jsou využity pro výrobu potravin, je důležité, abychom se sami neustále vzdělávali v oblasti naší ochrany, případně předvídali problémy, které mohou nastat. S problematikou spojenou s ochranou spotřebitele se setkáváme téměř všude. Nejen v televizi prostřednictvím pořadů, které se o ochranu spotřebitele zabývají, ale také na internetu a v odborných časopisech. Důležité je taktéž podotknout, že ochrana spotřebitele je zakotvena v různých právních pramenech České republiky a snaží se dostat na úroveň ochrany spotřebitele, která je poskytována v rámci Evropské unie. Toho je dosahováno pomocí novely zákonů, která má spotřebitelům zaručovat vyšší ochranu. Nejnovější novela vstoupila v platnost 1. ledna 2015 a týká se zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. V novele byly zakotveny vyšší sankce za nekalé jednání prodejců a výrobce, které se mohou pohybovat řádově až v několika milionech korun. Uvedená novela má také spotřebitelům usnadnit výběr a nákup potravin.

Vzhledem k slabšímu postavení spotřebitele na trhu a zvyšujícímu se počtu klamavého jednání prodejců, je stát povinen zajistit rovnost vystupování těchto subjektů na trhu. Z tohoto důvodu začaly postupně vznikat instituce zabývající se ochranu spotřebitele. Jak po celém světě, tak i v České republice existuje velké množství spotřebitelských sdružení, které se snaží hájit zájmy spotřebitelů.

Z provedeného dotazníkového šetření vyplynulo, že spotřebitelé se v problematice ochrany spotřebitele v oblasti nákupu potravin, orientují pouze okrajově. Bylo prokázáno, že o nákup a složení potravin se stále více zajímají ženy. Četnosti sledování složení jednotlivých potravin přispívá i fakt, že se stále zvyšuje zájem spotřebitelů o jejich zdravý životní styl. Zároveň z šetření vyplynulo, že s rostoucím věkem se respondenti přestávají o složení potravin zajímat. Jak už bylo zmíněno, ochrana spotřebitele je důležitá také ze strany samotného spotřebitele. To, jakým způsobem se spotřebitel při problému zachová, ovlivňuje nejen jednání prodejců, ale také možnost zvyšovat jeho ochranu prostřednictvím státních organizací zabývajících se ochranou spotřebitele, případně občanských. Z analýzy výsledků bylo prokázáno, že dotazovaní si nechávají problém pro sebe a dál jej neřeší (70 % dotazovaných). To je dle mého názoru největší a zásadní potíž, která brání tomu, aby byl spotřebitel plně chráněn. Pokud by spotřebitel svoji zkušenost předal dál, daný problém by se řešil a mohlo by to přispět k prevenci před nepoctivým jednáním prodejcům.

Navrženým řešením této diplomové práce je doporučení spotřebitelům, aby dbali o svoji bezpečnost a při výběru a nákupu potravin jednali s dostatečnou opatrností, jelikož pouhé zákony nedokáží snižovat veškerá rizika, se kterými se spotřebitelé mohou setkat.

.

Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje:

1. 100 triků prodávajících. Vyd. 1. Praha: SOS - Sdružení obrany spotřebitele, 2008, 33 s. Průvodce (SOS). ISBN 978-802-5413-296
2. BABIČKA, Luboš. *Průvodce světem potravin: rady spotřebitelům, na co si dát pozor při nakupování a manipulaci s potravinami*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin, 2012, 44 s. ISBN 978-80-7434-086-4.
3. ČERVENKA, Jaroslav. Jakost a certifikace potravin. Vyd. 2., přeprac. Praha: Provozně ekonomická fakulta ČZU v Praze ve vydavatelství Credit, 2001, 186 s. ISBN 80-213-0762-5
4. DUPAL, Libor. Rizika při nákupu zboží: rádce spotřebitele i obchodníka. Vyd. 1. Brno: CP Books, 2005, x, 254 s. Průvodce (SOS). ISBN 80-251-0507-5
5. HOROVÁ, Olga. Ochrana spotřebitele. Vyd. 2. V Praze: Oeconomica, 2004, 136 s., s.7
6. HOROVÁ, Olga: Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské Unie. 1. vydání Praha: Oeconomica, 2006. 185 s. ISBN 80-245-1106-1
7. HOUDEK, Daniel. Jak úspěšně reklamovat: rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, 164 s. Průvodce (SOS). ISBN 978-80-247-2201-6
8. HULVA, Tomáš. Ochrana spotřebitele. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2004, 451 s. Právní rukověť. ISBN 80-735-7064-5.s.81
9. KOTLER, Philip. Moderní marketing: 4. Evropské vydání. 1. Vyd. Praha: Grada 2007, 1041 s. ISBN 978-80-245-1698-1.s. 414
10. KOTOUČOVÁ, Jiřina a Zbyněk ŠVARC. Ochrana spotřebitelů: (vybrané otázky právní úpravy). Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1262-4.
11. KOUDELKA, Jan. Spotřební chování. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010, 158 s. ISBN 978-80-245-1698-1
12. KOZEL, Roman. Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 277 s. ISBN 80-247-0966-X
13. TOMANČÁKOVÁ, Blanka. Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady. Praha: Linde, 2008, 222 s. ISBN 978-80-7201-695-2.s.141-142
14. VALENTA, Ondřej a Petr HLADÍK. Budoucnost kvality a bezpečnosti potravin v Česku. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 2011, 123 s. ISBN 978-80-86794-38-9
15. VEBER, Jaromír. Řízení jakosti a ochrana spotřebitele: rádce spotřebitele i obchodníka. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2007, 201 s. Průvodce (SOS). ISBN 978-80-247-1782-1
16. VYSEKALOVÁ, Jitka. Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky". 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 356 s. Expert (Grada)

Zákony:

1. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
2. Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky
3. Zákon č. 59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobků

4. Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích
5. Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků
6. Zákon č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník
7. Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník

Internet:

1. About EFSA. *EFSA* [online]. [2002] [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: http://www.efsa.europa.eu/en/aboutefsa.htmBiopotraviny. *EAGRI* [online]. © 2009-2014 [cit. 2014-09-17]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/biopotraviny-1/
2. EUR-Lex: Přístup k právu Evropské unie. *EUR -Lex* [online]. © Evropská unie, 1998-2014 [cit. 2014-08-06]. Dostupné z: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31985L0577:cs:HTML
3. Datum minimální trvanlivosti a datum použitelnosti. In: *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. 11.12.2014 [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1001188&docType=ART&nid=11342
4. Definice spotřebitele dle NOZ - některé aspekty průměrného spotřebitele dle současné judikatury. *Epravo.cz* [online]. Praha: © epravo.cz, a.s, 14.5.2014 [cit. 2014-08-06]. Dostupné z: http://www.epravo.cz/top/clanky/definice-spotrebitele-dle-noz-nektere-aspekty-prumerneho-spotrebitele-dle-soucasne-judikatury-94146.html
5. Food Fraud. *Food Safety Authority of Ireland* [online]. 6.11.2013 [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: https://www.fsai.ie/enforcement_audit/food_fraud.html
6. Podvody v oblasti potravin - Informace a rady spotřebitelům. *SZPI* [online]. 23.9.2009 [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1018192&docType=ART&nid=11342
7. Geneticky modifikované potraviny a krmiva. *Informační centrum bezpečnosti potravin* [online]. Ministerstvo zemědělství, © 2012 [cit. 2014-09-12]. Dostupné z: http://www.bezpecnostpotravin.cz/stranka/geneticky-modifikovane-organismy-%28gmo%29.aspx
8. Informace pro spotřebitele. *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. Brno, 12.9.2011 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1001188&docType=ART&nid=11342
9. KLASA. *O značce KLASA* [online]. © 2014 [cit. 2014-09-16]. Dostupné z: http://www.eklasa.cz/o-znacce-klasa
10. Novela zákona o potravinách a její dopad na doplňky stravy. In: *Medical Tribune CZ* [online]. 2.12.2014 [cit. 2015-01-22]. Dostupné z: http://www.tribune.cz/clanek/34617-novela-zakona-o-potravinach-a-jeji-dopad-na-doplnky-stravy
11. O projektu. *Regionální potraviny* [online]. © 2010-2014 [cit. 2014-09-16]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/
12. O dTestu. *DTest* [online]. © dTest, o.p.s, 2013 [cit. 2014-10-30]. Dostupné z: https://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu#cojedtest
13. Otázky a odpovědi spotřebitelského práva. *Businesscenter.cz* [online]. HAVIT, s.r.o., © 1998 - 2014 [cit. 2014-08-10]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/ochrana_spotrebitele/otazky-odpovedi.aspx
14. *Otázky a odpovědi k nařízení (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům*. Potravinářská komora ČR, leden 2014, 32 s. Dostupné z:

http://www.bezpecnostpotravin.cz/UserFiles/publikace/2014_otazky_narizeni_1169-2011_PK.pdf
15. Potraviny s chráněným označením. *EAGRI* [online]. © 2009-2014 [cit. 2014-09-17]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/svs/portal/potraviny-s-chranenym-nazvem/
16. Použití rentgenového záření při kontrole potravin. *European Food Information Council* [online]. 2/2013 [cit. 2014-12-06]. Dostupné z: http://www.eufic.org/article/cs/artid/Pouziti_rentgenoveho_zareni_pri_kontrole_potravin/
17. Působnost úřadu. *Česká obchodní inspekce* [online]. © Česká obchodní inspekce, 2013 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/
18. RASFF - Food and Feed Safety Alerts. *European Commission* [online]. 2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/food/safety/rasff/index_en.htm
19. Seznam původu zboží v supermarketech by se měl podle potravinářů změnit. In: *Rozhlas* [online]. 6.1.2015 [cit. 2015-01-22]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/politika/_zprava/seznam-puvodu-zbozi-v-supermarketech-by-se-mel-podle-potravinaru-zmenit--1440437
20. Státní veterinární správa. *EAgri* [online]. Ministerstvo zemědělství, © 2009-2014 [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/svs/portal/
21. Státní zemědělská a potravinářská inspekce. *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online], © 2011 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1002118&docType=ART&nid=11314
22. Značení GDA na obalech potravin. Biotrin [online]. © 2013 - 2014 [cit. 2014-12-09]. Dostupné z: http://www.biotrin.cz/znaceni-gda-na-obalech-potravin/

Příloha č. 1: Dotazník

Vážená respondentko, vážený respondente,

jsem sem studentkou 5. ročníku České zemědělské univerzity v Praze a ráda bych Vás požádala o vyplnění dotazníku, jehož výsledky budou cenným podkladem pro účely mé diplomové práce. Vyplněním tohoto dotazníku mi poskytne zcela anonymní názor. Předem děkuji za Vaše odpovědi a čas strávený vyplňováním dotazníku.

Kateřina Kulhánková

1) Nakupujete potraviny pro Vaši domácnost?
   - ☐ Ano.
   - ☐ Ne. (Přejděte, prosím, k otázce č. 9)
2) Jak často nakupujete potraviny? (Označte, prosím, pouze 1 odpověď)
   - ☐ Každý den.
   - ☐ Několikrát týdně.
   - ☐ Jednou týdně.
   - ☐ Několikrát do měsíce (2-3x).
3) Když nakupujete potraviny, kontrolujete jejich složení?
   - ☐ Ano, vždy.
   - ☐ Ano, pokud kupuji produkt poprvé.
   - ☐ Ano, jedná-li se o zahraniční produkt.
   - ☐ Občas.
   - ☐ Ne.
   - ☐ Jiné:.....
4) V případě, že potřebujete poradit se složením potraviny, na koho se obrátíte?
   - ☐ Personál v obchodě.
   - ☐ Rodina, přátelé a známí.
   - ☐ Internet
   - ☐ Jiné:.....
5) Co na obalech potraviny vyhledáváte nejčastěji? (je možné označit více odpovědí)
   - ☐ Složení (kvalita).
   - ☐ Výrobce.
   - ☐ Datum spotřeby.
   - ☐ Hmotnost.
   - ☐ Jiné:.....

6) Myslíte si, že je rozdíl mezi datem minimální trvanlivosti a použitelnosti?

☐ Ano.

☐ Ne.

7) Datum minimální trvanlivosti je datum, které by měl sledovat každý spotřebitel před zakoupením produktu. Obvykle je uváděno slovy "Minimální trvanlivost do …", sledujete toto datum před zakoupením produktu?

☐ Ano.

☐ Ne. (Přejděte, prosím, k otázce č. 9)

8) Jak často sledujete datum minimální trvanlivosti?

☐ Vždy u každé potraviny.

☐ Vždy pouze u potravin, které podléhají rychlé zkáze (např. masné a mléčné výrobky).

☐ Občas, jen když si vzpomenu.

☐ Jiné: .....

9) Myslíte si, že obal potravin musí ze zákona splňovat určité náležitosti?

☐ Ano.

☐ Ne. (Přejděte, prosím, k otázce č. 11)

10) Jaké náležitosti jsou podle Vás na obalech potravin povinné dle zákona 634/1992 SB., o ochraně spotřebitele?

☐ Složení.

☐ Hmotnost.

☐ Výživové údaje.

☐ Datum minimální trvanlivost.

☐ Zvláštní podmínky na použití a skladování

☐ Kontaktní údaje výrobce, balírny či prodejce.

☐ Místo původu.

☐ Jiné: .....

11) Lze na potravinách najít „záruku kvality"?

☐ Ano.

☐ Ne. (Přejděte, prosím, k otázce č. 13)

12) Jaké označení v České republice tuto kvalitu spotřebiteli zabezpečuje?

☐ Regionální potraviny.

☐ Biopotravina.

☐ Potraviny s chráněným označením (zaručené tradiční speciality – ZTS, chráněné označení

původu – CHOP, chráněné zeměpisné označení - CHZO).

☐ Klasa.

13) Jaký je pro vás rozhodující faktor při nákupu potravin?

☐ Cena.

☐ Kvalita.

☐ Výrobce.

☐ Design obalu.

☐ Hmotnost.

☐ Jiné:.....

14) Myslíte si, že existují lhůty na vrácení potravin?

☐ Ano.

☐ Ne. (Přejděte, prosím, k otázce č. 17)

15) Kolik dní máte na vrácení balených potravin, resp. jaká je jejich záruční doba s ohledem na datum minimální trvanlivosti?

☐ 24 hodin.

☐ 3 dny.

☐ 8 dní.

☐ 14 dní.

☐ Jiné:.....

16) V jaké lhůtě lze reklamovat lahůdky, chlebíčky, pomazánky na váhu aj.?

☐ 24 hodin.

☐ 2 dny.

☐ 3 dny.

☐ Týden.

☐ Více než týden.

17) Znáte pojem GM potraviny (geneticky modifikované potraviny)?

☐ Ano.

☐ Ne. (Přejděte, prosím, k otázce č. 19)

18) V jakých případech musí, podle Vašeho názoru, být GM potraviny označeny?

☐ Vždy a ve všech případech.

☐ V případě, jestliže kvalita či nutriční hodnoty potraviny byly změněny.

☐ V případě, pokud může produkt vyvolat alergickou reakci.

☐ Označování by mělo být dobrovolné, na zvážení výrobce.

☐ Jiné:.....

19) Je podle Vás informovanost spotřebitele o jeho ochraně na dobré úrovni?

☐ Souhlasím.

☐ Spíše souhlasím.

☐ Spíše nesouhlasím.

☐ Nesouhlasím.

20) Existují v ČR instituce zabezpečující ochranou spotřebitele?

☐ Ano.

☐ Ne. (Přejděte, prosím, k otázce č. 22)

21) S jakými státními institucemi zabývající se ochranou spotřebitele jste se již setkal/a? (Zvolte alespoň jednu odpověď)

☐ Česká obchodní inspekce (ČOI).

☐ Státní zemědělská potravinářská inspekce.

☐ Státní veterinární správa.

☐ Úřad pro potraviny.

☐ Jiné:.....

22) Existují v ČR občanské spotřebitelské organizace na ochranu spotřebitele?

☐ Ano.

☐ Ne. (Přejděte, prosím, k otázce č. 24)

23) S jakými občanskými organizacemi zabývající se ochranou spotřebitele jste se již setkal/a?

☐ Sdružení obrany spotřebitelů (SOS).

☐ Občanské sdružení spotřebitelů TEST.

☐ Sdružení českých spotřebitelů.

☐ Jiné:…….

24) S jakými klamavými obchodními praktikami v souvislosti s nákupem potravin jste již setkal/a? (Zvolte alespoň jednu možnost)

☐ Užití nepravdivého údaje.

☐ Neoprávněné používaní značky jakosti.

☐ Uvedení ceny za jinou hmotnost produktu.

☐ Změněné datum minimální trvanlivosti.

☐ Sleva na daný produkt, kdy jeho cena je stejná, či dokonce vyšší než cena původní.

☐ Produkt je prodáván, i když je jeho prodej zakázán.

☐ Jiné:.....

25) V případě, že při nákupu potravin narazíte na problémy uvedené v předchozí otázce, se zachováte:

☐ o problému povím rodině, přátelům, či známým.

☐ obrátím se na patřičnou instituci.

☐ stěžuji si přímo v prodejně (pokud na to přijdu v místě nákupu).

☐ problém si nechám pro sebe a neřeším ho.

☐ Jiné:.....

26) Jste:

☐ žena.

☐ muž.

27) Kolik je Vám let?

☐ 15 – 24 let. ☐ 25 – 39 let. ☐ 40 – 55 let. ☐ 56 let a více.

28) Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:

☐ základní. ☐ středoškolské bez maturity. ☐ středoškolské s maturitou.

☐ vysokoškolské.

29) V jakém rozpětí se pohybuje Váš měsíční příjem (nepovinná otázka).

☐ 0 – 10 000 Kč. ☐ 10 001 – 20 000 Kč. ☐ 20 001 – 30 000 Kč.

☐ více než 30 000 Kč.