

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Klamání spotřebitele

Consumer deception

Kodetová Denisa

Cheb 2014

Originál (kopie) zadání BP/DP

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci na téma „Klamání spotřebitele“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Chebu, dne 25. 4. 2014

.....
Podpis autora

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce PhDr. Čestmíru Jarému za vedení práce, odbornou pomoc, cenné rady a poskytnutý čas, trpělivost a materiály, které mi pomohly při zpracování bakalářské práce. Rovněž děkuji svým blízkým za trpělivost a oporu.

Obsah

OBSAH	5
ÚVOD	6
I. PRVNÍ ČÁST	8
1 TRŽNÍ SELHÁNÍ	10
1.1 NEDOKONALÁ KONKURENCE (MONOPOLNÍ SÍLA).....	10
1.2 EXTERNALITY	10
1.3 NEDOKONALÁ NEBOLI ASYMETRICKÁ INFORMACE	10
2 CÍLE SPOTŘEBITELE	11
3 OCHRANA SPOTŘEBITELE	14
3.1 ZÁKON O OCHRANĚ SPOTŘEBITELE	14
3.2 SDRUŽENÍ OBRANY SPOTŘEBITELŮ ČESKÉ REPUBLIKY	14
3.3 MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU (MPO).....	15
3.4 EVROPSKÁ KOMISE ZASTOUPENÍ V ČR	15
3.5 ČESKÁ OBCHODNÍ INSPEKCE (ČOI).....	16
3.6 JINÉ ZDROJE INFORMACÍ PRO SPOTŘEBITELE	16
II. DRUHÁ ČÁST	17
4 DŮLEŽITÁ JE CENA	19
5 NÁSTROJE POUŽÍVANÉ PRO OCHRANU SPOTŘEBITELE	21
6 PRAKTIKY POUŽÍVANÉ KE KLAMÁNÍ SPOTŘEBITELE	28
6.1 ZDRAVÍ ŠKODLIVÁ ĚČKA – PŮSOBENÍ NA LIDSKÝ ORGANISMUS A POVAHU	28
6.2 NEPŘESNÉ ČI ZAVÁDĚJÍCÍ INFORMACE NA OBALECH A ETIKETÁCH – CÍLENÉ KLAMÁNÍ SPOTŘEBITELE A ÚTOK NA JEHO NEPOZORNOST	32
6.3 NÁHRAŽKY V POTRAVINÁCH	36
ZÁVĚR	53
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY:	57
ZKRATKY	59

Úvod

Důvod, proč něco takového jako je klamání spotřebitele běžně existuje, můžeme nalézt v trhlinách našeho tržního systému. Území dnešní České republiky bylo na počátku minulého století jednou z hospodářsky nejrozvinutějších částí Evropy, kam se soustředil průmysl Rakouska-Uherska. V roce 1929, bylo dosaženo plné zaměstnanosti a vrcholu předválečného ekonomického rozvoje. Z hlediska HDP byla ČSR na 13. místě v Evropě a na 18. místě ve světě (ekonomický vývoj ČR, Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. Katedra geografie Pedagogické fakulty MU.). Textilní, sklářský a obuvnický průmysl byly na světové úrovni. Rozvíjel se rovněž strojařský, elektrotechnický a energetický průmysl. Po druhé světové válce došlo v důsledku společenských změn, spojených s nástupem socialistického zřízení, k významným změnám v ČSR hospodářství. Všechny průmyslové podniky byly znárodněny. Zemědělství bylo násilně kolektivizováno a vznikla jednotná zemědělská družstva.

Ekonomika státu začala být řízena centrálně na základě celostátního hospodářského plánu. Základním ekonomickým zákonem byl pětiletý plán, jemuž se podřizovalo hospodářství celé země. ČSR průmysl se začal orientovat směrem na východ a na těžký průmysl, náročný na suroviny a energii. Orientace na těžký průmysl, se pak nepříznivě odrazila ve vysokém ekologickém zatížení krajiny. Po pádu komunismu v roce 1989 ČSR nastoupilo etapu návratu k tržní ekonomice. Přejít od centrálně plánovaného hospodářství na ekonomiku tržní nebyl bezbolestný a celou transformaci provázela řada problémů. Země, která se v předchozím období orientovala na trhy východního bloku, rozpadem těchto trhů a zejména bývalého SSSR ztratila odbytiště pro své strojírenské výrobky. Docházelo proto k omezování zbrojní výroby, těžkého strojírenství i těžby hnědého a černého uhlí. To mělo za následek enormní nezaměstnanost v určitých regionech.

Vlivem strukturálních změn v ČSR průmyslu představovala transformace také významnou změnu v obchodním spojení se světem – země se přestala orientovat jen na trhy bývalého východního bloku a začala usilovat o získávání obchodních partnerů i mezi vyspělými světovými ekonomikami. V důsledku hlubokých hospodářských a společenských změn se na konci roku 1992 ČSR rozdělilo na dva samostatné státy – Českou a Slovenskou republiku. Od 1. ledna 1993 tedy česká ekonomika začala fungovat odděleně a musela se vyrovnávat nejen se změnami na světových trzích, ale také se změnami spojenými s rozpadem státu. Nově vzniklá Česká republika pokračovala v započaté transformaci ekonomiky formou privatizace, která se ukázala jako značně náročná, s různými dopady na jednotlivé části státu. Nebyl vybudován dostatečný právní rámec etického jednání při privatizaci, a tak česká

ekonomika vstoupila ve druhé polovině 90. let do recese. Se záměrem stimulovat ekonomiku nabídla ČR v následujících letech významné investiční pobídky a výhody pro zahraniční investory. Dne 1. 5. 2004 se ČR stala členem Evropské unie. Z ekonomického hlediska to pro ČR znamenalo nejen celkové zlepšení jejího mezinárodního postavení, ale také možnost zlepšovat výkonnost české ekonomiky, větší příliv zahraničních investic, možnost dostávat prostředky ze strukturálních fondů EU na rozvoj odvětví a regionů či možnost občanů ČR stěhovat za prací do jiného státu EU. Tímto byly odstraněny obchodní překážky. Přechod z CPE na tržní ekonomiku, způsobil i jisté trhliny v tržním systému, které umožňují takové situace na trhu, jako je klamání spotřebitele či zneužívání neznalosti při výběru zboží či služeb různými způsoby. Právě nedokonalé neboli asymetrické informace dokážou až oslepit spotřebitele v jeho nákupním rozhodování.

Právě tomuto se tato práce věnuje. Práce je rozdělena na dvě části. V první části jsou popsány základní pojmy, které jsou nezbytné k dalšímu rozboru této práce. Co je to tržní selhání a jaké to má důsledky na nákupní rozhodování spotřebitele, a jaké existují způsoby ochrany spotřebitele. Druhá část se věnuje praktickému rozboru. Na základě sebraných dat z průzkumu situace na trhu je provedena analýza, díky které lze dojít ke konečnému závěru této práce, a to, zda a jak je spotřebitel na našem trhu klamán a jaké to má důsledky.

Cílem této práce bylo zanalyzovat sesbíraná data a vyvodit z nich, jak jsou informace důležité pro spotřebitele, tedy pro konzumenta. Jaké může mít asymetrická informace pro nás následky, ať už poškození spotřebitele finančně či po zdravotní stránce. Potravinářské výrobky často nakupujeme pouze očima a podle ceny. Přitom mnohem důležitější je to, co potraviny obsahují, tedy jejich složení. Velikou nevýhodou pro nás je v takovém případě nedostatečná informovanost.

Téma, klamání spotřebitele, jsem si vybrala z mnoha důvodů. Prvotní nápad zaměřit se na toto téma, byla kauza koňského masa, kterou v loňském roce probíraly veškeré televizní zprávy a noviny. Právě při rozhovoru televize s Českou obchodní inspekcí se dotyčný zmínil o klamání spotřebitele, a to byl první popud, proč se tomuto věnovat. Dalším důvodem bylo, že se objevilo mnoho pořadů, portálů, internetových stránek a časopisů, které se začali tomuto tématu blíže věnovat. Začaly se točit a psát týdenní či měsíční díly či články, které se zaměřují vždy na jedno téma a rozebírají jej na základě různých testů a poznatků prováděných různými specialisty. Setkáváme se s touto situací téměř denně, ať už se jedná o potravinářský průmysl, bankovní instituce či o jiná odvětví poskytující zboží nebo služby spotřebiteli k uspokojení jeho potřeb.

I. První část

Tato část se věnuje teoretickým poznatkům. Charakterizuje cíle spotřebitele a roli tržních selhání v jeho rozhodovacích procesech. Analyzuje roli státu při ochraně zájmů spotřebitele. A uvádí, co je pro obchodníky důležitější než kvalita a spokojenost zákazníka.

Definice dokonalé a nedokonalé konkurence:

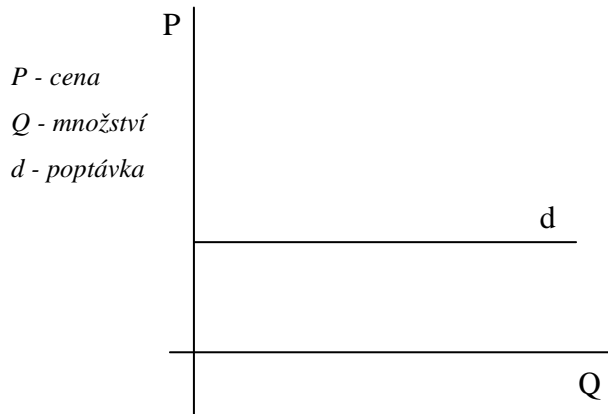
- a) *Dokonalá konkurence* – jedná se o situaci na trhu, kdy firmy prodávající homogenní produkt a je relativně k velikosti trhu natolik malá, že nemůže cenu nijak ovlivnit a považuje ji za danou. V dokonalé konkurenci existuje mnoho malých firem, část poptávky týkající se jedné firmy na poptávkové křivce nepatrná. Graficky vyjádřeno, část celkové poptávkové křivky patřící jedné firmě je natolik malá až je zcela vodorovná čili nekonečně elastická. Dodatečný příjem získaný z prodeje dodatečné jednotky proto odpovídá tržní ceně.

- b) *Nedokonalá konkurence* – vyskytuje se v odvětví, kde mají jednotliví prodávající určitý stupeň kontroly nad cenou svého výstupu. Možnost volby ceny se v různých odvětvích liší. V některých nedokonale konkurenčních odvětvích je stupeň monopolní síly velmi malý. Pokud nedokonale konkurenční firma zvyšuje nabízené množství, cena jeho výrobků zcela jistě poklesne. Bude se pohybovat po své poptávkové křivce směrem dolů. Nedokonalá konkurence vzniká v důsledku úspor z rozsahu. Jde o to, že průměrné náklady s růstem výroby klesají (velké firmy vyrábějí levněji a vytlačují menší výrobce).[1]

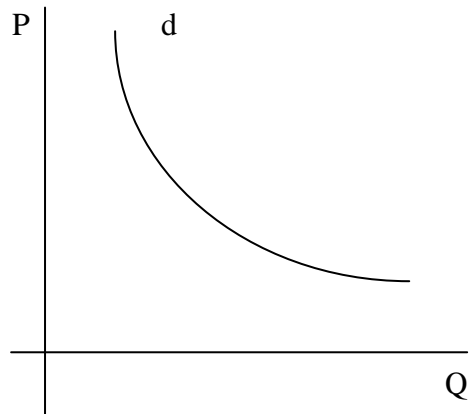
¹ Nedokonalá konkurence. www.miras.cz. [online]

Následující grafy zobrazují rozdíl mezi dokonalou a nedokonalou konkurencí prostřednictvím poptávkové křivky.

a) dokonalá konkurence



b) nedokonalá konkurence



Individuální poptávková křivka pro dokonalou a nedokonalou konkurenci

V reálném prostředí se setkáváme s nedokonalým trhem. Při dokonalé konkurenci je typické dokonalé šíření informací. V reálné situaci, tedy při nedokonalé konkurenci, k takovému šíření nedochází, a to je hlavním předmětem této práce.

1 Tržní selhání

Existují dvě důležité oblasti, ve kterých trh při dosahování společenského optima selhává. Za prvé, trhy mohou být v případě externalit, nedokonalé konkurence či nedokonalé informace neefektivní. Za druhé, rozdělení důchodu na dokonale konkurenčních trzích může být sice efektivní, ale ne společensky žádoucí a přijatelné.

Mezi nejdůležitější případy tržního selhání patří nedokonalá konkurence, externality a nedokonalá informace.

1.1 Nedokonalá konkurence (monopolní síla)

Jestliže podnik disponuje na určitém trhu tržní silou, např. patent na určitý produkt, může zvýšit cenu svého produktu nad své mezní náklady (zvýšení celkových nákladů nutné pro výrobu jedné dodatečné jednotky zboží). Spotřebitelé si takového statku kupují méně, než při dokonalé konkurenci a jejich uspokojení je nižší. Tento pokles uspokojení spotřebitelů je typickým projevem neefektivnosti nedokonalé konkurence.

1.2 Externality

Externality představují další významné selhání trhu. Vycházejí z vedlejších efektů výroby a spotřeby, které nejsou zahrnuty v ceně. Ale ne všechny externality jsou škodlivé. Některé jsou prospěšné, jako externality vycházející z činností rozvíjející znalost (např. objev xerografie). Další pozitivní externalita vzniká při veřejných zdravotních programech, jako je očkování proti neštovicím, choleře a tyfu, očkování totiž nechrání jen očkovaného jedince, ale i všechny ostatní kolem, které by mohl případně infekcí nakazit.

1.3 Nedokonalá neboli asymetrická informace

Třetí typ tržního selhání spočívá v nedokonalé informaci, což je nedílnou součástí této práce. Právě asymetrická informace vede ke klamání spotřebitele, ať už jde o klamání formou nedokonalých či nedostatečných informací na etiketě (což způsobuje nedokonalou znalost složení výrobku), tak může docházet ke klamání formou obalu (gramáž, nesouvisející obrázky), cenou (dnes velice populární slevy jsou nakonec kolikrát pouze původními cenami výrobků před zdražením).

2 Cíle spotřebitele

V této kapitole jsou charakterizovány cíle spotřebitele a role tržních selhání v jeho rozhodovacích procesech.

Základem tržní analýzy je trh výrobků a služeb, užitečných materiálních statků (výrobky) a nemateriální statky (služby), které slouží k uspokojování potřeb spotřebitele.

Cílem spotřebitele je maximalizace užitku, tedy uspokojení vlastních potřeb za přijatelně vynaložené náklady. Přičemž je v rozhodování omezen výši svého důchodu.

V předchozí kapitole bylo charakterizováno tržní selhání. Ale jaké může mít dopady na rozhodovací proces spotřebitele?

1. Nedokonalá konkurence neboli monopolní síla likviduje poměr pro rozhodování jak spotřebitelů, jejichž rozhodujícím aspektem je cena, tak výrobců, jejichž rozhodování je řízeno mezním příjmem (dodatečný příjem, který firma získá při prodeji jedné dodatečné jednotky produkce), přičemž se mezní příjem a cena v podmínkách nedokonalé konkurence liší.
Protože si výrobce může v takovýchto podmínkách dovolit zvýšit cenu, spotřebitel bude nakupovat takového statku méně a tím poklesne jeho uspokojení. Spotřebitel si v takovýchto situacích rozmýšlí, zda část svého důchodu vynaloží na tento statek. Ale protože výrobce disponuje tržní silou s tímto statkem, vynaloží spotřebitel na tento produkt méně.
2. Externalita jsou vedlejšími důsledky soukromých ekonomických činností. Jejich náklady či přínosy dopadají na jiné subjekty, než na ty, kteří tyto činnosti provádějí. Vznikají, jestliže subjekty neberou v úvahu externí dopady svých rozhodnutí, ať už negativní (externí náklady – např. znečištění životního prostředí), nebo pozitivní (externí přínosy – např. vzdělání). Výskyt externalit často vede ke globálně neoptimálnímu rozhodování, neboť tržní subjekty nic nemotivuje k omezení jimi způsobených negativních externalit. Tyto negativní externality však postihují společnost jako celek.[2]

² Externality. www.wikipedia.org/Externalita. [online]

Externality vedou k tomu, že hospodářské subjekty maximalizující svůj osobní užitek (orientující se pouze na základě svých nákladů a svého vlastního prospěchu) nepříznivě ovlivňují své okolí či naopak k tomu, že nejsou dostatečně motivovány na ně působící pozitivně.

Tržní selhání spočívá v tom, že „neviditelná ruka“ trhu je buď dostatečně neomezuje, či naopak dostatečně neodměňuje. Racionální rozhodování subjektů se opírá o porovnání nákladů a přínosů jejich činností. Racionálně uvažující subjekt se rozhodne provést jen takovou činnost, jejíž náklady budou ve srovnání s přínosy nižší. V praxi se ale stává, že náklady ekonomických aktivit dopadají na někoho jiného, než kdo rozhodnutí provádí, nebo o činnosti rozhoduje někdo, kdo nemá možnost získat veškeré přínosy (jejich část čerpá někdo jiný). [3]

3. Informace o výrobku jsou nedílnou součástí při rozhodovacím procesu spotřebitele o koupi produktu. Právě nedokonalá, neboli asymetrická informace, může dokonale ošálit zákazníka. Většina rozhodnutí probíhá v podmínkách nejistoty, kdy nejsou dokonale známy všechny okolnosti každého obchodu. Nejistota při rozhodování vzniká jak při nedostatku znalostí a informací o okolnostech, které ovlivňují určité události, tak že některé ekonomické události jsou určeny náhodně. V tomto ohledu nastává situace, kdy jedna strana ví více než druhá. Na jedné straně existuje úplnější informace, zatímco na straně druhé převažuje informace neúplná.

Asymetričnost informací vede ke dvěma dílčím problémům, a to:

- a) **Morální hazard** - ten je definován jako činnost jednoho subjektu (informovaného), který při maximalizaci svého užitku snižuje užitek ostatních (neinformovaných) účastníků tržní transakce. Většinou se jedná o situace, kdy si někdo najímá jinou osobu pro splnění úkolu, který ovlivňuje jeho blahobyt.
- b) **Nepříznivý výběr** – jedná se o proces, který vede k tomu, že méně žádoucí subjekty trhu (kupující či prodávající) se budou účastnit směny spíše než ostatní. Asymetrická informace totiž vede ve svých důsledcích k vytěsňování kvalitnějšího zboží z trhu

³ Externality. www.ius-wiki.eu. [online]

zbožím méně kvalitním. Jde o to, že někteří zákazníci preferují pouze levnější zboží a jiní dražší zboží, poměr cena a kvalita může být ale zavádějící. Na reálném trhu kupující nesnadno rozeznávají kvalitu produktu, dokud jej nezakoupí a nějaký čas jej nepoužívají.

Na trhu může nastat taková situace, kdy zákazník chce zakoupit průměrně kvalitní výrobek, čímž budou některé produkty nadprůměrné a některé podprůměrné. Důsledku toho se může stát, že ti kteří chtějí prodávat kvalitnější produkty, budou trh opouštět, průměrná kvalita výrobků bude klesat a kupující budou ochotni přistoupit pouze na nižší ceny produktu, což povede k dalšímu vytlačení kvalitnějších produktů z trhu. Jde o to, že při neúplné informaci o určitém produktu vzniká neadekvátní poptávka po tomto statku.

3 Ochrana spotřebitele

Tato kapitola se zaměřuje na roli státu při ochraně zájmů spotřebitele. Analyzuje způsoby ochrany spotřebitele v České republice, popřípadě jaká opatření může spotřebitel ve svém zájmu provést.

V rámci těchto opatření se jedná zejména o Zákon o ochraně spotřebitele a různá sdružení, která se zabývají touto problematikou a upozorňují na různé obchodní praktiky.

V textu se dále uvádí, co jsou to nekalé praktiky používány v neprospěch a poškození spotřebitele, povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb.

3.1 Zákon o ochraně spotřebitele

Zákon o ochraně spotřebitele, který vyšel pod č. 634/1992 Sb., je zákon, který obsahuje rámec ochrany spotřebitelů, jakožto smluvní strany smluvních závazkových vztahů. Vzhledem k tomu si spotřebitelé zasluhují vyšší míru ochrany oproti druhé smluvní straně (podnikatelům či dodavatelům zboží a služeb). Další ochranu poskytují zákony jako je např. občanský zákoník, resp. nový občanský zákoník aj. Roku 2008 byla zákonem č. 36/2008 Sb. do zákona o ochraně spotřebitele transponována Směrnice o nekalých obchodních praktikách (2005/29/ES), jíž byl zákon rozšířen o velice podstatný institut zákazu nekalých obchodních praktik, které lze označit v rovině hospodářské soutěže v současnosti za velice časté. [4]

3.2 SDRUŽENÍ OBRANY SPOTŘEBITELŮ ČESKÉ REPUBLIKY

„Nechce Vám prodejna přijmout reklamaci? Odmítá opravna dát Vaši televizi do 30 dnů do pořádku? Nelíbí se Vám mobil, který jste koupili po internetu?“

Je mnoho způsobů, jak se proti nekalým praktikám bránit. Jedním z nich je kontaktování sdružení obrany spotřebitelů ČR, neboli SOS, které lze ihned telefonicky upozornit na cokoli, co toto heslo obsahuje na telefonním čísle: **900 08 08 08**. Linka „SOS po telefonu“ operativně poskytne pomoc v obtížné situaci, kdy spotřebitel chce řešit problém ihned, ale chybí mu některá podstatná informace.

⁴ Zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb.

Poradci na lince „SOS po telefonu“ poskytují základní informaci o právech spotřebitele, reklamačním řízení, délce záruční doby, lhůtě k vyřízení reklamace, či podmínkám odstoupení od kupní smlouvy, případně odpovědí na jiné nekomplikované otázky. Současně jsou na poradenské lince k dispozici aktuální kontaktní adresy poraden SOS, na kterých je i nadále možné bezplatně konzultovat spotřebitelský problém buď osobně, nebo písemně.[5]

Dle tohoto sdružení se klamavost obecně měří jakousi „průměrnou“ intelektuální úrovní spotřebitelů, průměrnou obezřetností a rozpoznávací schopností, přičemž tato hodnota je stanovena bez přímého průzkumu skutečného účinku, podle vlastních zkušeností orgánu, který otázku posuzuje.[6]

3.3 Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO)

Na internetových stránkách MPO lze nalézt stručný popis nejdůležitějších právních předpisů EU na ochranu spotřebitele v působnosti Ministerstva průmyslu a obchodu.

Je možné se zde dočíst o směrnících ohledně klamání spotřebitele různými formami. Může se jednat o klamavou reklamu, která může ovlivnit či poškodit spotřebitele pouze tvrzeními, která jsou vyjádřena až v přehnané míře.

Hlavním bodem je označování potravin, směrnice o odpovědnosti za vadné výrobky, ceny výrobků nabízených spotřebiteli, aspekty prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží, a směrnice o obecné bezpečnosti výrobků. Vše popisované dle právních předpisů EU v působnosti MPO.

3.4 Evropská komise zastoupení v ČR

Jedním ze základních principů politiky ochrany spotřebitele EU je uznání spotřebitelů jako rovnoprávných a odpovědných účastníků obchodu na vnitřním trhu, kterým má být umožněno činit informovaná rozhodnutí ohledně nákupu zboží a služeb. Jejich zájmy jsou chráněny zejména s ohledem na zvyšující se komplexitu trhů, na kterých operují. Spotřebitelům má být umožněno vyhledávat nejvýhodnější obchody po celé Evropě a tím podporovat kvalitu hospodářské soutěže v rámci Unie. To by mělo být dodržováno v rámci celé EU i kandidátských států. Všichni by měli mít stejná práva.

⁵ SOS. aa.ecn.cz [online]

⁶SOS. <http://www.ohkln.cz>. [online]

3.5 Česká obchodní inspekce (ČOI)

Jedna z nejznámějších inspekcí v ČR, která odhalila mnoho podvodů a mnoho způsobů klamání spotřebitele na našem trhu. Poskytuje spotřebitelům bezplatnou Poradenskou a informační službu, která je k dispozici na většině oblastních inspektorátů ČOI a na řadě dalších míst (živnostenské odbory na některých obecních úřadech apod.).

V rámci ČOI existuje tzv. „Evropské spotřebitelské centrum ČR“ (ESC ČR), které poskytuje informace o právech spotřebitelů na společném evropském trhu a bezplatně pomáhá a radí spotřebitelům v jejich sporech s obchodníky z jiných zemí Evropské unie, Norska a Islandu. Financováno je Evropskou komisí a Českou obchodní inspekcí, při níž působí.

V rámci ochrany spotřebitele byly popsány nejznámějšími organizace a inspekce, které zastupují práva spotřebitele v rámci svých pravomocí nejen na území ČR, ale i v rámci EU. Které pomáhají spotřebitelům se lépe orientovat na trhu klamavých praktik, dozorují a kontrolují veškeré stížnosti podávané ze stran spotřebitele, tak aby bylo dále dosaženo spravedlivých a řádných obchodních transakcí. Veškeré informace o těchto organizacích a inspekcích naleznete jednoduše na internetu, snadno a rychle se můžete dočíst na jejich stránkách jak ve chvílích, kdy si myslíte, že dochází k porušování práv vůči vám, jako spotřebiteli, jak postupovat, v takových to situacích. Popřípadě je zde možnost okamžité telefonické komunikace, kdy jsou vyřízeny veškeré náležitosti, týkající se nahlášených problémů.

3.6 Jiné zdroje informací pro spotřebitele

O komplexním servisu pro spotřebitele – portál a časopis dTest, který provádí nezávislé testy výrobků, podává rady pro výběr produktů, upozorňuje na nebezpečné výrobky, řeší problémy spotřebitelů. Portál potraviny na pranýři, který též zveřejňuje seznam nekvalitních potravin. Podrobnější popis se nachází v praktické části této kvalifikační práce v rámci analýzy sebraných dat z průzkumu situace na trhu potravinářského průmyslu.

II. Druhá část

V následující části této práce jsou analyzována sebraná data z průzkumu situace na trhu. Uvádí vzorové příklady, jak klamat spotřebitele v rozhodovacím procesu při běžném nákupu. Následně zhodnotí reálný stav s všeobecným povědomím o situaci na trhu. Zmínjuje se o základních případech, jak klamat spotřebitele a jaké nástroje používá naše vláda a různé instituce na ochranu spotřebitele před nekalými praktikami.

Nedokonalé neboli asymetrické informace, to je hlavní důsledek toho, že obchodníci klamou spotřebitele různými praktikami. V tomto směru existuje taková trhlina, které obchodníci rádi zneužívají. Nemluvě o kvalitách výrobků (produkty neobsahují předepsané gramáže surovin, nebo v nich nějaká surovina chybí. Výrobky obsahují nebezpečná éčka či jiné škodlivé látky), se kterými se lze setkat jak v potravinářském průmyslu, na který je tato práce zaměřena.

Teorie nedokonalé ruky předpokládá, že kupující a prodávající mají o statcích či službách, které kupují a prodávají, úplnou informaci. U firem se předpokládá, že o produkční funkci ve svém odvětví vědí vše. U spotřebitelů se považuje za samozřejmost znalost kvality a ceny statků. Realita se však od idealizovaného světa liší. Praktická část této práce se právě zaměřuje na veškeré druhy asymetrických informací, které mají negativní dopad na spotřebitele.

Úkolem vlády by mělo být zjistit, ve kterých oblastech jsou tyto informační nedostatky ekonomicky významné a poté sjednat odpovídající nápravu. Je zde jisté opatření, a to „Zákon o ochraně spotřebitele“, který byl zmíněn již v předchozí kapitole a bude dále rozebírán.

Nejčastější klamavou praktikou obchodníků je chybná informace o ceně zboží. Při slevách musejí obchodníci dodržovat tři základní pravidla (uváděné ČOI).

První praktikou je uvedení zboží za nižší cenu a teprve při placení zboží u pokladny zákazník zjistí, že zboží bude stát podstatně více. V takovém případě však platí cena, která je vyznačena na zboží. Tvrzení obchodníků, že jde o chybu, která se vloudila při oceňování a platí tudíž cena, kterou udává pokladna, je v rozporu se zákonem.

Další klamavou praktikou obchodníků bývá, že při slevách strhnou původní cenu nebo ji přelepí novou cenou, aby ji zákazník už neviděl. V případě, že se jedná o slevovou akci, je nutné, aby měl spotřebitel možnost porovnat původní cenu a cenu po slevě. Na zlevněné zboží se přitom vztahuje stejná záruční doba. Pokud ale obchodník zlevní zboží proto, že jsou na něm konkrétní vady, zákazník tyto vady již nemůže reklamovat.

Třetím pravidlem, které musí obchodníci při slevách dodržovat, je uvádění konečné ceny na zboží. To znamená, že v prodejně mohou sice upozorňovat na konkrétní procentní slevy, ale na zboží musí být už vždy uvedená konkrétní vypočtená cena po slevě. Pokud tedy obchodník u slevového zboží například uvede, že při placení u pokladny bude odečteno 30 % z ceny, porušuje tím „Zákon o ochraně spotřebitele“ a dopouští se opět klamavé praktiky.

Ale zboží ve výprodejích jako jsou elektronika, oblečení a další, nejsou jedinými produkty, které jsou poškozovány jakoukoli praktikou obchodníků, všechno z tohoto platí i pro potraviny, které spotřebitel konzumuje prakticky denně.

Jestliže zákazník zjistí, že zboží, které koupil, ve skutečnosti zlevněno nebylo, například přelepená cena, může se bránit tak, že zboží bude u prodejce reklamovat. Bohužel ne vždy obchodníci vyhoví. V takovém případě se jakýkoli spotřebitel může obrátit s podnětem na ČOI. ČOI každoročně odhalí stovky pochybení obchodníků, nejčastěji jde právě o chybné informování spotřebitele o ceně výrobku.[7]

Za klamání obchodníkům hrozí vysoké pokuty až do výše pěti milionů korun. Veškeré výprodeje jsou vždy v plném proudu a proč to nekoupit, když je to tak výhodné. Průměrná výše slev se pohybuje okolo 50%. Lidé využívají spíše prvních kol slev, nečekají na další, při kterých je zboží ještě levnější. Dávají přednost tomu, že si mohou zlevněné zboží vybrat ze širší výprodejové nabídky. Kromě sezónního zboží, oblečení, obuvi, se zlevňují i starší kolekce nejrůznějšího sortimentu.

Ne vždy však prodejci informují spotřebitele o ceně výprodejového zboží správně a používají někdy i klamavé obchodní praktiky. ČOI v minulém roce narazila na mnoho takových případů a vyměřila pokuty. Sankce udělené ČOI se takto mohou pohybovat ve výši 30 až 50 tisíc korun.

V potravinářském průmyslu jsou nejčastěji pranýřovány masné výrobky jako salámy, špekáčky a párky. Dále i sušenky, víno a sušené plody, dětské piškoty a toustový chléb.

⁷ Klamavé obchodní praktiky – slevy. <http://www.penize.cz/spotrebitel> . [online]

4 Důležitá je cena

Levné přísady nebo suroviny do potravin ráda používá většina firem. Hlavním důvodem je souboj obchodníků o co nejnižší ceny těchto potravin. Lze na ně narazit denně, ať už se jedná o mléko či maso, nebo dokonce o dětskou výživu.

Kupujete levnější jogurty, sýry nebo šunku? V tom případě své tělo plníte porcemi takzvaných „éček“ - většinou se jedná o bramborový škrob, náhražky za dražší maso nebo mléko. Dnes se už bez náhražek bohužel neobejdou tisíce potravin.

Náhražka je surovina nebo výrobek, nahrazující nedostupnou nebo příliš nákladnou surovinu či výrobek. Používá se ve všech odvětvích, nejčastěji ve spotřebním průmyslu a v potravinářství. Používání náhražek přináší zlevnění výrobku, ale často také snížení jeho užitné hodnoty.[8]

Společnosti, nabízí obchodníkům různé varianty téhož produktu. Ti si však vybírají spíše tu levnější. Pravidlem bývá, že tyto náhražkové (méně kvalitní) výrobky se prodávají pod privátní značkou. Co je na bramborovém škrobu a dalších náhražkách vlastně tak špatného? Lidskému zdraví přímo neškodí. Ale kupují se kvůli nim potraviny podřadné kvality. A zvláště rodiče by měly být obezřetní a měli by dávat dětem kvalitní potraviny.

Změna takového trendu přitom není na obzoru. Lidé jednoznačně dávají přednost levným či méně kvalitním potravinám. A trvalému tlaku obchodníků na co nejnižší ceny se navíc nevzpírají ani potravináři. Ale v dnešní době se už nelze spolehnout ani na to, že co je levné je méně kvalitní, a co je dražší je kvalitnější. Sami zpracovatelé se totiž snaží ještě normy kvality snížit. Vysvětlení pro to, proč se používají náhražky je, že lidé přece nemohou chtít vysokou kvalitu za nízkou cenu. Něco takového neumí přece žádný potravinář.

Pro mnohé firmy je také výroba náhražek stále výhodnějším byznysem. Dle poznatků firmy IDC-Food, jež dodává suroviny obchodním řetězcům i potravinářům, bylo zjištěno, že zákazníci neupřednostňují směsi bez tzv. „éček“, ale hlavní rolí pro ně hraje cena, nikoli zdravotní hledisko. Náhražky jsou téměř o polovinu levnější než skutečná přísada. Přidávají se jen v podílu několika procent, ale i přesto zboží zlevní.

⁸ Náhražky. <http://cs.wikipedia.org>. [online]

Potravinové přípravky zvaná „éčka“ nemusí být vždy škodlivá. Některé, pokud jsou v malém množství, jsou prospěšné. Umožňují, že se třeba tavený sýr dá roztírat. Výrazně prodlužují trvanlivost. Některé obsahují i vitamíny. Jenže existují i tzv. „nebezpečná éčka“, ale o těch se zmíníme až v další části této práce.

Najdou se sice potraviny, které neobsahují žádné náhražky, a to například biopotraviny, které však většinou bývají dražší a mají kratší dobu trvanlivosti. Také musí být označeny symbolem bio. Někteří obchodníci používají náhražky ve výrobcích nejnižších cenových relací. Potom se takové výrobky dají rozdělit do několika skupin, a to s označením například výhodný nákup, standard a pak dražší zboží. Obchodníci též reagují na ceny svých konkurentů a to též podporuje prodej náhražkových potravin. [9]

V porovnání s Německem na tom s kvalitou potravinářských výrobků nejsme zrovna nejlépe. Hodně českých občanů rádo nakupuje spíše v Německu. Ti, kteří to nemají k hranicím moc daleko, této příležitosti rádi využívají. Nejen, že jsou potraviny kvalitnější, ale též levnější v porovnání s Českou republikou. Polsko je zase spíše odsuzováno za kvalitu potravinářských výrobků, ale většina české populace si neuvědomuje, že Polsko je v některých případech pouze distributorem potravin, ne výrobcem. Od výrobce jsou produkty dováženy do Polska pro další zpracování a až od nich jdou potraviny do přímého prodeje, čímž se na daných výrobcích objevuje země původu Polsko a ne původní mateřská země odkud tento výrobek opravdu pochází.

⁹ Náhražky. <http://www.abecedazdravi.cz>. [online]

5 Nástroje používané pro ochranu spotřebitele

V jedné z předchozích kapitol byly popsány možné způsoby ochrany spotřebitele prostřednictvím „Zákona o ochraně spotřebitele“ i různých institucí, zabývajících se touto problematikou. V této kapitole budou popsány nástroje působící na ochranu spotřebitele, kterými disponuje Zákon o ochraně spotřebitele a tyto instituce.

I. Zákon o ochraně spotřebitele – nekalé obchodní praktiky

Nekalou obchodní praktiku lze definovat jako: „Obchodní praktiku, kdy jednání podnikatele vůči spotřebiteli je v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil“.

Aby obchodní praktika byla nekalá a tedy zakázána, je nutné dle výše uvedené definice naplnění dvou podmínek:

- *rozpor s odbornou péčí* – tím se rozumí - „úroveň zvláštních dovedností a péče, kterou lze od podnikatele ve vztahu ke spotřebiteli rozumně očekávat a která odpovídá poctivým obchodním praktikám nebo obecným zásadám dobré víry v oblasti jeho činnosti“.
- *podstatné ovlivnění tzv. obchodního rozhodování spotřebitele* – lze chápat jako „použití obchodní praktiky, která významně zhoršuje schopnost spotřebitele učinit informované rozhodnutí, což vede k tomu, že učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil“.

Kromě výše uvedené obecné definice nekalé obchodní praktiky přebírá zákon též rozdělení na další dvě speciální skupiny nekalých obchodních praktik a to:

- a) klamavé obchodní praktiky** – především uvedení nepravdivých informací podnikateli, či informací pravdivých, které však vzhledem ke kontextu mohou uvést spotřebitele v omyl. Naopak sem spadá i jednání, kdy obchodník opomněl uvést závažné informace, či je záměrně neuvedl, anebo uvedl nesrozumitelně či nejednoznačně. Pozornost je věnována i způsobu prezentace zboží a služeb, jenž je zaměnitelný s jinými výrobky a službami. Samostatnou skupinu tvoří informace týkající se kodexů chování, jež se obchodník zavázal dodržovat.

b) agresivní obchodní praktiky – jde o ty, jež s přihlédnutím ke všem okolnostem svým obtěžováním, donucováním, včetně použití síly nebo nepatřičným ovlivňováním výrazně zhoršují možnost svobodného rozhodnutí spotřebitele.[10]

Povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb

V rámci zákona o ochraně spotřebitele je obchodník povinen dodržovat jisté povinnosti, a to:

- prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře nebo množství a umožnit spotřebiteli překontrolovat si správnost těchto údajů,
- prodávat výrobky a poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, pokud je závazně stanovena nebo pokud to vyplývá ze zvláštních předpisů anebo v jakosti jím uváděné; není-li jakost předepsána, schválena nebo uváděna, v jakosti obvyklé,
- prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a ceny při prodeji výrobků nebo poskytování služeb správně účtovat; při konečném účtování prodávaných výrobků a poskytovaných služeb v hotovosti se celková částka zaokrouhluje vždy k nejbližší platné nominální hodnotě zákonných peněz v oběhu

Klamavé a agresivní obchodní praktiky – přesné znění ze zákona

1. § 5 Klamavé obchodní praktiky

Obchodní praktika je klamavá:

- a) je-li při ní užit nepravdivý údaj,
- b) je-li důležitý údaj sám o sobě pravdivý, ale může uvést spotřebitele v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl užit,
- c) opomene-li podnikatel uvést důležitý údaj, jenž s přihlédnutím ke všem okolnostem lze po podnikateli spravedlivě požadovat; za opomenutí se považuje též uvedení důležitého údaje nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem, nebo vede-li způsob prezentace výrobku či služby, včetně srovnávací reklamy, nebo jejich uvádění na trh k záměně s jinými výrobky či službami, nebo rozlišovacími znaky jiného podnikatele,

¹⁰ Zákon o ochraně spotřebitele. www.wikipedia.org/zakonoochraněspotřebitele .[online]

- d) není-li dodržen závazek obsažený v kodexu chování, k jehož dodržování se podnikatel zavázal, jde-li o jednoznačný závazek, který lze ověřit, a podnikatel v obchodní praxi uvádí, že je vázán kodexem.

Za klamavou obchodní praxi se považuje také nabízení nebo prodej výrobků nebo služeb porušujících některá práva duševního vlastnictví, jakož i skladování takových výrobků za účelem jejich nabízení nebo prodeje a dále neoprávněné užívání označení chráněného podle zvláštního právního předpisu v obchodním styku.

2. § 5a Agresivní obchodní praktiky

Obchodní praktika je agresivní, pokud s přihlédnutím ke všem okolnostem svým obtěžováním, donucováním, včetně použití síly nebo nepatřičným ovlivňováním výrazně zhoršuje možnost svobodného rozhodnutí spotřebitele.

Při posuzování, zda je obchodní praktika agresivní, se přihlíží k těmto okolnostem:

- a) načasování, místo a doba trvání obchodní praktiky,
- b) způsob jednání, jeho výhrůžnost a urážlivost,
- c) vědomé využití nepříznivé situace spotřebitele,
- d) nepřiměřené překážky pro uplatnění práv spotřebitele, nebo
- e) hrozba protiprávním jednáním.

Dále dle § 6 Zákona o ochraně spotřebitele, prodávající nesmí při prodeji výrobků nebo poskytování služeb spotřebitele diskriminovat.[11]

II. Nástroje používané podle MPO

a) *Označování potravin*

Směrnice 2000/13/ES o sblížení právních předpisů členských států týkajících se označování potravin, jejich obchodní úpravy a související reklamy, jejímž cílem je zajistit, aby spotřebitel dostal všechny podstatné informace o složení potravin, jejich výrobci, době použitelnosti, apod. a nebyl přitom klamán. *Směrnice byla transponována vyhláškou č. 113/2005 Sb. o způsobu označování potravin a tabákových výrobků a zákonem č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a jejich změnách, v platném znění.*

¹¹ Zákon o ochraně spotřebitele. <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/spotrebitel/>. [online]

b) *Směrnice o odpovědnosti za vadné výrobky*

Tato směrnice pod označením 85/374/EHS, upravuje náhradu škody, která vznikla v důsledku vady výrobku, neupravuje však nároky z odpovědnosti za vady. Odpovědnost za škodu leží především na výrobcích, i když nejsou se spotřebitelem ve smluvním vztahu; v určitých případech jsou odpovědné i další osoby — prodejci a dodavatelé. Výrobce vadného výrobku musí na jejím základě nahradit škodu bez ohledu na to, zda ji zavinil, přičemž spotřebitel je povinen prokázat vadu výrobku, vznik škody a příčinnou souvislost mezi škodou a vadou výrobku. Povinnost hradit škodu na majetku se ukládá pouze v případech, je-li vyšší než 500 eur. *Směrnice byla transponována zákonem č. 59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku, v platném znění.*

c) *Ceny výrobků nabízených spotřebiteli*

Směrnice 98/6/ES o ochraně spotřebitele při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli ukládá povinnost obchodníkům uvádět u spotřebního zboží prodejní cenu a cenu za jednotku. U zboží, které není balené a množství se měří v přítomnosti spotřebitele, se cena uvádí pouze za jednotku. Ceny musí být jednoznačné, snadno zjistitelné a zřetelně čitelné. Členskými státy je však dána možnost upravit tyto povinnosti odlišně např. pro malé obchodníky, pro něž by uvedené povinnosti byly nadměrnou zátěží. *Směrnice byla transponována zákonem č. 526/1990 Sb., o cenách, v platném znění.*

d) *Aspekty prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží*

Směrnice 1999/44/ES o aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží má za cíl harmonizovat ty části smluvního práva týkajícího se prodeje spotřebiteli, které upravují právní záruky a do jisté míry i obchodní záruky. Platí pro kupní smlouvy o věcech movitých, nepoužitých i použitých. Základním prvkem je povinnost prodávajícího zaručit shodu zboží se smlouvou po dobu dvou let od dodání zboží. Pokud tuto povinnost poruší, odpovídá za vady. V takovém případě má spotřebitel právo na bezplatnou opravu, výměnu zboží za bezvadné, přiměřené snížení kupní ceny či odstoupení od smlouvy. Použije se způsob, který je nejvhodnější. Členské státy mohou stanovit, aby spotřebitel informoval prodávajícího o nedostacích do dvou měsíců od jejich zjištění. Pokud jde o obchodní záruky, musí být sepsány jasně a musí uvádět práva, která dávají spotřebiteli nad rámec zákonných záruk. *Směrnice byla transponována zákonem č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v platném znění (§§ 612 — 627).*

e) *Obecná bezpečnost výrobků*

Směrnice o obecné bezpečnosti výrobků 2001/95/ES, směřuje k zajištění toho, aby výrobky umístěné na trh a určené spotřebitelům byly bezpečné. Ukládá proto výrobcům povinnost uvádět na trh jen bezpečné výrobky. Jde-li o výrobce pocházejícího ze země mimo Evropskou unii, přechází tato povinnost na jeho zástupce v EU nebo na dovozce. Jedná se o doplňující úpravu ve vztahu k výrobovým směrnicím. Směrnice obsahuje obecnou definici bezpečného výrobku. Výrobek je považován za bezpečný, pokud je v souladu se specifickými pravidly aplikovanými v členském státě, v němž je v oběhu. Pokud taková specifická pravidla neexistují, bezpečnost se posuzuje podle evropských norem, technických specifikací v předpisech EU, vnitrostátních norem, kodexů správné praxe, stavu vědy a techniky a očekávání spotřebitelů. Na základě směrnice musí výrobce informovat spotřebitele o rizicích spojených s výrobkem. Distributorům je uloženo, aby pomohli zajistit dodržování obecných požadavků na bezpečnost. Zejména nesmějí dodávat výrobky, o nichž vědí nebo mohou předpokládat, že jsou nebezpečné. Směrnice také zřizuje systém „RAPEX“ pro rychlou výměnu informací o nebezpečných nepotravinářských výrobcích mezi členskými státy a Komisí. *Směrnice byla transponována především zákonem č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, v platném znění.*[12]

III. Ustanovení podle Evropské komise

Evropská komise, na základě tohoto stanovení, s cílem seznámit občany s jejich spotřebitelskými právy, zveřejnila "Deset základních pravidel" ochrany spotřebitele v Evropské unii:

1. Nakupujte, co chcete, kde chcete
2. Pokud je zboží vadné, vraťte ho
3. Vysoké standardy v oblasti bezpečnosti potravin
4. Informujte se o tom, co jíte
5. Smlouvy musí být vůči zákazníkům férové
6. Spotřebitelé mohou někdy měnit svá rozhodnutí

¹² MPO. <http://www.mpo.cz/>. [online]

7. Možnost jednoduššího porovnání cen
8. Spotřebitelé nemají dostávat zavádějící informace
9. Ochrana spotřebitele během dovolené
10. Účinné urovnávání přeshraničních sporů

Jaká máme práva jako spotřebitel na trhu EU?

Ochrana spotřebitele je jedním ze stěžejních témat, kterými se Komise zabývá při uskutečňování svého strategického cíle - zlepšování kvality života evropských občanů. V rámci provádění této politiky připravuje návrhy zákonodárných a jiných opatření a začleňuje ochranu spotřebitelů do ostatních politik EU. Při jejich provádění podporuje činnost organizací na ochranu spotřebitele a větší zapojení zástupců spotřebitelů do rozhodovacího procesu. Cílem je zajistit „stejnou úroveň ochrany“ ve všech členských i kandidátských zemích. [13]

IV. Ustanovení podle ČOI

ČOI kontroluje v organizacích provozujících obchodní činnost na vnitřním trhu a u občanů prodávajících zboží na vnitřním trhu:

- dodržování zásad jednotné socialistické obchodní politiky,
- dodržování stanoveného sortimentu a řádného zásobování prodejen a provozoven, úroveň obsluhy, provádění přejímky zboží co do množství a jakosti podmínek stanovených k zabezpečení jakosti včetně zdravotní nezávadnosti zboží, zejména dodržování norem výroby a přípravy jídel a nápojů, podmínek pro skladování a dopravu zboží a požadavků na osobní hygienu a hygienickou nezávadnost provozu,
- zda zboží je prodáváno ve správné míře, množství, hmotnosti, jakosti stanovené právním předpisem, technickou normou nebo jiným závazným způsobem a za platné ceny,
- správnost provádění nákupu zboží organizacemi od občanů
- zda se nepoužívají neověřená měřidla neodpovídající státním nebo oborovým technickým normám,

¹³ Ochrana spotřebitelů. <http://ec.europa.eu/ceskarepublika>. [online]

- dodržování ostatních podmínek stanovených obecně závaznými právními předpisy nebo jinými závaznými opatřeními pro provozování maloobchodní a velkoobchodní činnosti, poskytování obchodních služeb, služeb veřejného stravování, ubytovacích služeb a služeb cestovních kanceláří a pro prodej zboží občany.

ČOI se zabývá kontrolou v organizacích, které se svou výrobní nebo jinou činností podílejí na zabezpečování potřeb občanů na vnitřním trhu, dodržování jakosti a zabezpečování sortimentu zboží určeného pro skladování a dopravu tohoto zboží.[14]

¹⁴ ČOI. <http://www.coi.cz/>. [online]

6 Praktiky používané ke klamání spotřebitele

V následujících kapitolách budou demonstrovány přímé příklady různých forem klamání spotřebitele. Kde je možné se s těmito praktikami setkat, jak jsou důležité veškeré informace o výrobcích, jak mohou být některé informace znepokojující? Na co si dávat při výběru potravin pozor? Mohou některé náhražky v potravinách ohrozit zdraví jedince?

Pro nasbírání dat byly použity informace a data ze známého časopisu a portálu dTest vydaných v letech 2012 - 2014. Jedná se o neziskovou organizaci – Občanské sdružení spotřebitelů TEST. Od roku 1992 měsíc co měsíc vychází testy výrobků na stránkách časopisu dTest. Pomocnou ruku nabízí i v oblastech, ve kterých může spotřebitel narazit na různá úskalí a pastí. Během jejich existence již narazili na více než 500 nebezpečných výrobků, které ohrožovaly zdraví dětí i dospělých. Detailním testům podrobili více než 10 000 výrobků, jejichž výsledky ukazují úplně jinou pravdu, než jakou se spotřebitel dozví z reklamy. Cílem mé práce není kritika, ale hledání problémů a nastínění reality. Postupně budou probrány jednotlivé body, které jsou podle mého názoru nejdůležitějšími ve světě potravin.

6.1 Zdraví škodlivá ěčka – působení na lidský organismus a povahu

Jak je možné, že když najdeme v útrokách naší ledničky či spíše zapomenuté potraviny, nejsou zplsnivělé, nevybledly ani neztvrdly, ačkoli lhůta jejich trvanlivosti už vypršela? Proč jsou naše jahodové kompoty našedlé, zatímco kupované jsou tak krásně červené? Proč na kilogram majonézy muselo podle dřívějších norem přijít osm vajíček a dnes stačí pouze jediné? Onou vymožeností, která průmyslově vyráběným potravinám dává dříve nevídané vlastnosti, jsou přídatné látky, tzv. „ěčka“. Patří sem konzervanty, barviva a emulgátory apod. Potravinám prodlužují životnost, červenému ovoci vracejí varem ztracenou barvu nebo spojují v hladkou emulzi vzájemně nemísitelné složky – třeba olej a vodu v majonéze. Vaječný žloutek v majonéze je emulgátorem sám o sobě, je však dražší než emulgátory syntetické. V testu majonéz bylo nalezeno šest až sedm ěček, zatímco povinného minima jednoho žloutku nebylo nalezeno v několika majonézách.

Dělat potraviny s dopomocí ěček vzhledově atraktivnější, než byly bez nich, v EU zakázáno není. To, že potravinářské výrobky lépe vypadají a déle vydrží, ale nesmí vést k zamaskování nedostatků, které by pramenily z použití zdravotně závadných surovin nebo chybného výrobního postupu. Nařízení Evropské komise o přídatných látkách je neúprosné.

Zakazuje výrobcům, aby éčka používali ke skrytí následků plynoucích z použití vadných surovin nebo nehygienických podmínek ve výrobě. Účely, ke kterým lze éčka použít, jsou přesně vymezeny. Různých funkcí, které přídatné látky v potravinách plní, je vyjmenováno celkem 26. Zásadnou je, že potřebné technologické úpravy nelze dosáhnout jinými prostředky, než použitím přídatných látek. Je třeba zdůraznit, že používání éček v potravinách má i svá další pravidla, která výrobci musí dodržovat a od června 2013 neexistují žádné výjimky, které si některé státy EU v minulosti vymohly. Od 1. Června 2013 platí pro výrobce potravin celé EU nový přepracovaný seznam éček, vydán byl už v listopadu 2011, ale potravináři dostali čas na to, aby se přizpůsobili. Bruselem schválený seznam zahrnuje přesně 340 přídatných látek a žádné jiné do potravin přijít nemohou. Dovezené potraviny s neschválenými přídatnými látkami je dokonce zakázáno prodávat. Pro orientaci ve světě přídatných látek, lze nalézt databázi na webových stránkách dTestu: www.dtest.cz/ecka.

Chemické názvy éček jsou občas krkolomné a dlouhé. Výrobci se mohou rozhodnout, zda budou na obalech uvádět celé názvy či číselné kódy následující za písmenem E. Nenechte se ale klamat, jedna přídatná látka může mít více výrazů. Výrobci mohou na obalech však uvádět název pouze v té podobě, v jaké byl zařazen na nynější seznam EU a oficiálně předložen do češtiny, jde-li o výrobky na tuzemském trhu.

Důvodem proč nebyly některé přídatné látky uvedeny na seznam, je, že přestaly být považované za přídatné látky a nyní se berou jako potraviny. Jedná se například o šafrán nebo kuchyňskou sůl. Za éčka se nepovažují již ani minerály nebo vitamíny, pokud se přidávají z výživových důvodů, nikoli k osvěžení barev jako antioxidanty. Jestliže např. přidaná kyselina askorbová neboli vitamín C plní v potravině funkci antioxidantu, musí se na obalu označit jako E 300.

Ale na seznam se snaží dostat i nové přídatné látky, například od listopadu 2012 se na něj zařadila nová přídatná látka E 964, polyglycitolový sirup, což je nízkenergetické sladidlo schválené pro použití v džemech, cukrovinkách nebo čokoládových výrobcích. Dalších dvacet je ve schvalovacím řízení.

Klíčovým parametrem každé schvalovací látky je stanovení tzv. akceptovatelného denního příjmu (ADI). Je to za den zkonsumované množství látky na kilogram tělesné hmotnosti, které pro člověka nepředstavuje zdravotní riziko.

Když nakupujeme cukrovinky či limonády všimáme si nápadného zbarvení. Měly bychom? Tyto výrobky totiž mohou u dětí vyvolávat hyperaktivitu a oslabit jejich schopnost soustředit se. Je celá řada zdraví „škodlivých éček“, ale my si popíšeme šestici neznervózňujících éček, které musí provázet varování na obalu.

Než se dětem koupí nějaký pamlsek, měli bychom být informováni o tom, co to může způsobit a jaký to může mít na dítě vliv. Křiklavé a výrazné barvy cukrovinek, mohou být způsobeny respektive přidáním potravinářského barviva. Vedou se už letité diskuze i výzkumy a Evropská komise se rozhodla od června 2013 snížit povolené množství barviv v potravinách, ale i přesto se s tímto tématem potýkáme. Mělo by se jednat o barviva s označením E110 žlutý SY, E104 chinolinová žluť a E 124 košenilová červeň neboli také ponceau 4R. Brusel tímto zpřísnil předchozí kroky proti umělým barvivům, před kterými musí od roku 2010 spotřebitele varovat na obalech.

Varování, že mohou mít vliv na činnost a pozornost dětí, se týká šesti barviv. Kromě již zmíněných tří se jedná o E122 azorubin, E129 červeň ažura a E102 tartrazin, což je také potravinářská žluť. Tato šestice barviv (E122, E129, E102, E110, E104 a E124) může být složkou široké škály potravin, počínaje bonbóny přes bramborové lupínky po nealkoholické nápoje a zmrzlinu. Zmíněná barviva tedy hodnotu potravin nijak nevylepší. Na souvislost syntetických barviv se syndromem ADHD, tedy hyperaktivitou dětí a jejich sníženou pozorností, upozorňuje v USA Americká akademie pediatrií a společnost Věda ve veřejném zájmu. Kromě šestice barviv podezříváných v EU je to v USA ještě idigotin, v unii známý jako E132, a brilantní modř s unijním kódem E133.

Umělé však není přírodní. Nařízení Evropské komise v roce 2008, stanovilo nutnost snížit obsah těchto látek v potravinách a od roku 2010 z nich uvádět varování, že mohou nepříznivě ovlivnit pozornost dětí. V roce 2012 Evropská komise původní limity u tří z těchto barviv dále snížila s platností od června 2013.

Konzervant benzoát sodný je sůl kyseliny benzoové, v přírodě se běžně vyskytuje například v brusinkách, houbách, skořici či v hřebíčku. Pro průmyslové využití v potravinářství se však vyrábí synteticky z toluenu. Z ropných derivátů se vyrábějí i syntetická barviva do potravin. Označení přírodně identická znamená, že mají stejné složení jako barviva přírodní, jsou však vyrobena uměle v chemických továrnách. Ne, že by se syntetika nedala nahradit přírodními prvky, jenže to by bylo samozřejmě dražší a méně stabilní, tzn., že časem vyblednou. Evropské informační centrum pro potraviny (EUFIC) dokonce rodiče varuje a doporučuje jim zavést změnu v jídelníčku jejich dětí.

Éčka škodí zvláště v kombinaci s nadměrnou konzumací sladkostí a nedostatkem pohybu. Proto by mělo být do jídelníčků nejen dětí, ale i do těch našich zařazeno ovoce, zelenina, celozrnné pečivo a bílkoviny. Důležité jsou i potraviny s omega-3 a omega-6 nenasycenými mastnými kyselinami s dlouhým řetězcem.

Kdo se chce chemii v jídle vyhýbat, měl by vědět, že čím více je potravina zpracovávána, tím více éček se do ní smí přidávat. Cukrovinky, ochucené nápoje, moučníky a další. Naopak do nezpracovaných potravin jich smí přijít málo, nebo žádné. Výslovně zakázaná éčka jsou v másle, medu nebo neochuceném mléku a v některých neochucených zakysaných výrobcích. Na odmítavém postoji části veřejnosti k éčkům si začaly některé potravinářské firmy budovat novou marketingovou strategii. Na obalech potravin nápadně velkým písmem upozorňují na nepřítomnost jedné nebo více přídatných látek s tím, že je bez konzervantů, barviv nebo umělých sladidel.

Pro zajímavost na internetových stránkách: “ www.zdravapotravina.cz“, lze najít celý seznam nebezpečných éček dosahujících stupně nebezpečnosti 5 a výše, což znamená, že mohou způsobit alergii, hyperaktivitu, může mít karcinogenní účinky nebo dokonce ohrožovat zdraví jedince. Další část této kapitoly se zabývá obaly a nepřesnými informacemi na etiketách. Jak důležité je vybírat rozumem a číst informace o složení potravin.

6.2 Nepřesné či zavádějící informace na obalech a etiketách – cílené klamání spotřebitele a útok na jeho nepozornost

Nákup potravin je na rozdíl od průmyslových výrobků specifický v tom, že před koupí nemůžete vyzkoušet jejich vlastnosti. Vodítkem při výběru potravin je text na obalech či informační štítky u nebaleného zboží. Určitě se vyplatí pročíst celý text, u nebalených potravin se zeptat personálu, protože na informace máme přece právo a měly by být klíčové při výběru potravin, protože přece jsme to, co jíme a my chceme jíst kvalitní a nezávadné potraviny.

Výčet toho, co na potravinách má, nemá či může nebo dokonce nesmí být uvedeno, stanoví vyhláška o způsobu označování potravin a tabákových výrobků MZ ČR č. 113/2005, ve znění pozdějších předpisů. Přesto dá občas docela práci povinné údaje na výrobku najít, zatímco propagační slogany bijí do očí už na první pohled.

Používání slov na obalech či etiketách jako extra, prima nebo speciální jsou jistým závazkem pro dané potraviny a předpisy definují, kdy se smí na etiketě objevit. Zákon o potravinách č. 110/1997 Sb. s navazujícími vyhláškami je objemný svazek dokumentů s řadou povinností pro výrobce i prodejce. Avšak konkrétní receptury jako v někdejších státních normách v něm nenajdete. To dává výrobcům i obchodníkům značný manévrovací prostor ve volbě použití surovin, případně jejich levnějších náhražkách.

Vyhláška o označování potravin říká, že údaje na obalech musí být pro spotřebitele srozumitelné, uvedené na viditelném místě, snadno čitelné, nezakryté, nepřerušené jinými údaji, nesmazatelné a vyjádřené v nekódované formě s výjimkou šarže. Jenže háček se skrývá v tom, že nikde není stanoveno, kde se má ono viditelné místo nalézat a jakou má mít písmo velikost. V zahraničí, je v některých obchodních řetězcích rozšířen nový trend, rozdávají zákazníkům bezplatně lupu, protože v průzkumech zjistili, že určité potraviny lidé nekupují právě kvůli příliš malému písmu na výrobcích. Nakonec po dvouletém dohadování Evropského parlamentu bylo rozhodnuto, že minimální velikost písma na obalech potravin má být 1,2 mm, na obalech menších než 80 cm² pak 0,9 mm. Jenže Evropská potravinářská a nápojová federace má proti tomu samozřejmě bouřlivé argumenty. Velikost písma je pro ně nadměrná a potřebný text se na obaly v řadě případů prostě nevejde.

Měli bychom se věnovat i tomu, co uvedeno není. Když výrobce něco zamlčí, má možná pádný důvod, proč se tomu chce vyhnout, aniž by přitom třeba dělal něco nezákonného či nekalého. Často jen využije možnosti, kterou mu předpis výslovně nestanoví.

Proto někdy na potravinách nenajdete ani název samotného výrobce, musí však být nahrazen třeba distributorem či prodejcem. Ale tato informace je důležitá pro sedmdesát procent spotřebitelů. Vadí nám, když se při nákupu marně pídíme po konkrétní zemi jejich původu a na obalech najdeme pouze označení „Vyrobeno v EU“. Při nákupu je původ potravin dokonce nejdůležitějším kritériem než jejich vzhled a jejich význam pro zdravou výživu. Naopak větší důležitost je kladena na chuť, cena, snadnost přípravy a čerstvost.

Ke zvědavosti vedou spotřebitele nejrůznější důvody. V první řadě si zemi původu spojují s kvalitou a bezpečností potravin. Například dle spotřebitelů, by se mělo při označování ostatního druhu masa použít za vzor označování hovězího masa. Kde se uvádí: kde se zvíře narodilo, kde bylo vykrmeno, kde bylo poraženo a kde zpracováno. Těchto údajů by se rádi dočkali u výrobků z ovoce a zeleniny. Stejně zásady by měly platit i pro mléko a výrobky z něj. Zájem spotřebitelů o původ potravin je dle jistých průzkumů silný a všeobecný. Toto zjištění by se mělo stát klíčovým marketingovým poselstvím pro výrobce potravin. Mělo by to také být podnětem Evropské komisi ke změně potravinářské legislativy. Určitá zlepšení informační mlhy by měla nastat v polovině prosince 2014. V té době začne v unijních státech platit povinnost uvádět zemi původu nejen u hovězího masa, ale i u ostatních druhů mas a na mléce. Členským státům to ukládá Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011 o poskytování informací na potravinách spotřebitelům. Zveřejňovat by se měla také země původu na mléčných výrobcích, kde podíl mléka překračuje 50%. Konkrétní detaily však Evropská komise dosud nezveřejnila.

Další slovíčkaření se vyazuje ve spotřebitelském balení. Zda už bylo provedeno v továrně či až na prodejně. Podle toho se totiž rozlišuje potravina balená nebo zabalená. Příkladem nebalených potravin je bochník chleba či se může za nebalenou potravinu považovat potravina, jež byla původně zabalena výrobcem, ale obchodník ji rozbalil a prodává její části jednotlivě. Z praktického pohledu spočívá rozdíl mezi takto vymezenými druhy potravin v množství poskytovaných informací. V každém z těchto případů však musí mít spotřebitel k dispozici informaci o době spotřeby. Více jistoty, za předpokladu, že se s etiketami dodatečně nemanipulují, poskytují potraviny zabalené. Například nakrájený masný výrobek musí být bezprostředně po zabalení označen datem zabalení a prodán nejpozději následující den. Ve výčtu povinných údajů na štítku nesmí chybět identifikace toho, kdo potravinu zabalil, země původu nebo vzniku potraviny, název výrobku, údaj o jeho množství, složení dle použitých složek (suroviny, přídavné látky), datum použitelnosti, resp. datum minimální trvanlivosti a instrukce o způsobu skladování.

Obal balených potravin může být uzavřen zcela nebo zčásti, vždy ale tak, aby obsah nešlo vyměnit, aniž by došlo k jeho otevření nebo výměně obalu. Při uvedení země původu potravin nemusí být země výrobce. Předpisy totiž umožňují, aby výrobce zůstal pro spotřebitele anonymní za předpokladu, že ho nahradí někdo jiný, kdo za něj pak přebírá odpovědnost v případě spotřebiteli stížnosti. Není-li výrobce uveden, musí být uveden buď prodávající, který je usazen v členské zemi EU nebo balírna. Název této odpovědnosti firmy, případně fyzické osoby, nikdy nesmí na obalu chybět včetně adresy, kde sídlí.

U potravin živočišného původu, třeba z mléka či masa lze odvodit zemi původu ze symbolu zdravotní nezávadnosti, což uvádí v oválku uvedená „espézetka“ státu EU s číslem zpracovatelského závodu. Ale ani to nemusí být vždy vodítkem, uvádí se totiž země posledního zpracovatele. Když je výrobek vyroben v Německu, nalezneme na obale označení „DE“, když byla polská drůbež naporcovaná a balena v Česku, je zemí původu ČR, tedy označení „CZ“.

Jedním z problémů, o kterých jsme se už i zmínili je doba použitelnosti/minimální trvanlivost. Datum spotřeby/trvanlivosti do, se uvádí na potravinách, které jsou náchylné ke kažení, a proto mohou být již po krátké době nebezpečné pro lidské zdraví. Jedná se o mléčné a masné výrobky zejména v lahůdkářství, o výrobky včetně rybích salátů, obložené chlebíčky, zákusky či dorty nebo jedlé houby v nezpracovaném stavu. Výrobek má být tedy označen slovy: „Spotřebujte do ...“ s udáním dne a měsíce, popř. roku. Po uplynutí tohoto data nesmí být výrobky prodávány ani nabízeny. Je-li potravin označena tímto datem, doplní se vždy údajem o konkrétních podmínkách skladování, pokud se jedná o teplotu, vždy vyjádřenou konkrétní číselnou hodnotou. Minimální trvanlivost se uvádí na většině ostatních potravin slovy: „Minimální trvanlivost do...“, s udáním dne, měsíce a roku ukončení této doby. Vymezuje minimální dobu, po kterou si potravin zachovává své vlastnosti při dodržování skladovacích podmínek a splňuje požadavky zdravotní nezávadnosti. Je-li tato doba delší než 18 měsíců, nemusí již být uveden den a měsíc, v takovém případě je nutné uvést šarži výrobku. Ta označuje výrobky zhotovené ve stejnou dobu ze stejných surovin a slouží např. k dohledání závadných výrobků a jejich stažení z trhu. Vyznačuje se číselným kódem, před který se umístí velké L. U baleného stolního másla se místo označení šarže uvede datum výroby, protože takto označené máslo, tzn. stolní máslo, dlouhodobě leželo v mrazírnách, odkud se nejpozději do dvou let uvolňuje na trh. Veškeré tyto údaje jsou povinné.

Na obalech se nesmí uvádět údaje, jejichž pravdivost nelze dokázat, nebo které by mohly vyvolat pochybnost o neškodlivosti jiných podobných potravin či dokonce vyvolávat ve spotřebiteli obavy z jejich použití. Obdobným uváděním v omyl je též tvrzení, že běžné potraviny nedodají potřebné množství živin, které obsahuje nabízená potravina. Výroky na potravinách jsou zavazující, i když jsou uváděny z vlastní iniciativy.

Prostřednictvím obalů lze klamat různými formami, které jsme si již popsali. Nejasné pojmenování surovin a miniaturní popis složení výrobků. Často nás však může mást i obrázek na obalu, který bývá označen jako „ilustrační foto“, „tip na konzumaci“ nebo „doporučená úprava“. Zákazník tím získává pocit, že si kupuje například bohatě obloženou pizzu, která je plná šunky, přitom realita je úplně jiná. Další klamavou a zároveň neekologickou hrou, kterou výrobci potravin používají ke klamání, je používání naddimenzovaných obalů, která vyvolávají dojem, že si kupujeme mnohem větší množství výrobku, než je ve skutečnosti uvnitř.

Proto není radno se v obchodech řídit cenou uváděnou na výrobku. Může to být zavádějící, protože v žádném případě nevypovídá nic o ceně čistého obsahu. Pro vzájemné srovnání je vhodné využít (jednotkovou) srovnávací cenu např. Kč/l, Kč/kg. Příkladem může být velký pytlík brambůrků naplněný pouze do poloviny, zbytek je jen vzduch.

6.3 Náhražky v potravinách

Češi patří podle statistik (<http://www.mrtester.cz/kvalita-potravin>) mezi spotřebitele, pro které je klíčovým hlediskem při nákupu potravin nízká cena. Nízká cena je prioritní, ale nemělo by to samé platit i o kvalitě? Obchodníci veřejnosti ochotně vycházejí vstříc v nízkých cenách potravin, ale to nese určité následky. Při výrobě nejlevnějších produktů se často jedná i o standardní potraviny využívající řadu náhražek, díky kterým lze snížit cenu níž než konkurence. Je důležité jíst sice levné potraviny, ale méně kvalitní až nekvalitní? Sledujete zprávy o zkaženém masu, které řetězce vrací zpátky do prodeje? O starých sýrech, které zaměstnanci prodejen musí znovu přebalit a opatřit novou etiketou trvanlivosti? Bojíte se, co vlastně jíte? Přesně na to je zaměřena tato kapitola. Budou vymezeny hlavní okruhy potravin, které jsou nejvíce šizeny a plné náhražek. U každé části budou uvedeny příklady. Bude poukázáno na chyby, které spotřebitelé dělávají při nákupu potravin, a které mohou mít následky nejen pro ně, ale i pro jejich děti.

Potraviny, ve kterých se nejvíce vyskytují náhražky:

a) Maso – tzv. křehčené maso obsahuje vodu, sůl a fosfáty. Spotřebitel tak získá dojem, že si koupil větší množství masa, protože maso má větší objem i hmotnost. Obvykle se tak upravuje chlazené nebo mražené krůtí, kuřecí nebo králičí maso. V případě mražených ryb pak může voda tvořit desítky procent hmotnosti, za kterou zákazníci platí.

Při výběru kuřete se nelze příliš spolehnout ani na značku ani na dodavatele. Téměř polovina kuřat je vyráběna společností Vodňanská drůbež. Kuřata zpracovávaná jedním závodem však nemusí mít stejnou kvalitu. V českých velkoobchodech je povoleno chovat na m² kuřata o celkové hmotnosti 33 kg a výjimečně 34 kg., tzv. hustota osazení. V přepočtu to znamená, že se zde vyskytuje 18 až 23 kuřat na m². Za 38 dní výkrmu dosáhne kuře porážkové hmotnosti 1,8 kg. V jedné výkrmové hale bývá shromážděno kolem 20 000 kuřat. Tato fakta jsou vyčtena z Příručky správných postupů v péči o kuřata chovaná na maso, kterou v dubnu 2010 vydala Českomoravská drůbežářská unie. V chovu je nutné dodržovat určité hygienické podmínky, aby se neoslabovala imunita zvířete. Musí mít především nezávadnou vodu a krmivo a též se musí udržovat vhodné stájové prostředí, a do tohoto prostředí nesmí nic jiného vnikat. V testu na syrová kuřata se nejlépe umístilo TESCO FRESH CHICKEN z Vodňan a bylo zároveň nejlevnější, 45 Kč/kg. Obsahovalo nejméně

vody a také méně tuku než ostatní. Druhé kuře, které získalo doporučení k nákupu je BIO KUŘE BIOPARK za 199 Kč/kg, které obsahovalo málo vody a velmi nízké množství tuku s příznivým složením, ale bohužel nebylo prozrazeno, z které farmy pochází. V testovaných kuřatech může být nalezena salmonela, termofilní kampylobaktery, které žádné předpisy nelimitují. Ale i Staphylococcus aureus, Escherichia coli nebo Listeria monocytogenes. Jedná se o mikrobiologické ukazatele, které obsahuje především VODŇANSKÉ ZLATÉ KUŘE, které se stalo propadákem v testu syrových kuřat. Typhimurium je hlavní příčinou salmonely. Obzvláště typ S. Enteritidis, který byl z bakteriálních vyšetření nalezen právě ve výrobku Zlaté kuře bez drobů. Požadavek unijních nařízení je nepřítomnost tohoto druhu salmonely v 25 g tkáně u 5 jednotek téhož vzorku. Pokud takový nález učiní dozorový orgán, je důvodem ke stažení celé šarže z tržní sítě. Následně se provádí celý soubor hygienických opatření u výrobce a vyšetřuje další vzorky. Jakkoli je nález závažný, po náležitě kuchyňské úpravě nezpůsobí konzumace takového kuřete onemocnění. Salmonela hyne po 10 minutovém vaření o teplotě nad 70 °C.

Lidé považují kuřecí maso za dietní, ale mezi jednotlivými částmi kuřete jsou značné rozdíly. Kdo si hlídá ve stravě tuky, měl by z masa odstranit kůži, kde je jich nejvíce. Nejméně tuku a nejvíce bílkovin mají kuřecí prsa bez kůže, což bylo zjištěno z Centra pro databázi složení potravin v ČR. Ještě méně kalorická než kuřecí prsa, o 17 kcal., je libová vepřová kýta, která však obsahuje méně bílkovin (o 7,2 g) a více tuku (o 2g).

Nejlepší dobrou radou, jíž lze předejít komplikacím souvisejícím s bakteriemi v syrových kuřatech, je důsledné dodržování hygieny. Při přípravě syrového kuřete se vyvarujte křížové kontaminace a maso důkladně tepelně zpracujte. Bakterie ze syrového masa se mohou snadno přenést na naše ruce a vše, čeho se dotýkáme, včetně jídla připraveného ke konzumaci. Tomu se říká křížová kontaminace. Může k ní dojít, pokud syrové maso přijde do kontaktu s čímkoli včetně talířů, příborů, prkének, které se pak dostanou do kontaktu s ostatním jídlem.[15]

Rybí filety s filé většinou kupujeme v hluboce zmrazené podobě. To, že maso ryb je zdravé nás pobízí k jejich nákupu, ale víme, co vlastně kupujeme? Vybíráme většinou podle ceny, která se uvádí na jeden kilogram. Snažíme se koupit největší balení, ale když pak upravujeme rybí maso, zjistíme, že nám plave ve vodě. Že z hluboce zmrazených filetů a filé teče voda, je vcelku známá věc. Ostatně výrobci a distributoři se k ní na obalech výrobků přiznávají, pokud jí je přes 5 %. Povinně tedy uvádí celkovou hmotnost výrobku a za ní

¹⁵ Křížová kontaminace. <http://www.viscojis.cz>. [online]

v závorce hmotnost pevného podílu. Na některých výrobcích lze dokonce najít kolik procent ryby a kolik procent přidané vody výrobek obsahuje, spotřebitel by si tento údaj musel dopočítat sám. Ale bohužel na obale je vše, co tam má být. To už je na spotřebiteli, zda si koupí rybu s 10 či 25 % vody. Je tu další aspekt a to, že ve světových mořích a oceánech plují jak obří továrny, tak konzervárny. V továrnách se čerstvé ryby hned zpracovávají a balí. Je možné to poznat dle toho, že na obalu se skví buď anglicky „Sea Frozen“ nebo česky „zamrazeno v moři“. Aby při distribuci a skladování nedocházelo ke znehodnocování rybího masa vysoušením a oxidací, jsou i filety a filé z plovoucích továren pokryty tenkým povlakem pitné vody, který vytváří ochrannou glazuru. Nečiní-li víc než 5 % neuvádí se. V obřích mrazících konzervárnách se vylovené ryby pouze zmrazují do obrovských bloků. Na pevnině se rozmrazí, zpracují a výsledné produkty se opět zamrazí, tzv. „Double Frozen“, ale tuhle informaci na obalech nenajdete. Tímhle se výrobci a distributoři příliš nechlubí, protože není vůči rybímu masu moc šetrná. Dochází k porušení buněčné struktury masa ryb, uvolňuje se buněčná voda a s ní odchází i část bílkovin a dalších živin. Ztráta vody při rozmrazení se rovná méně masa pro spotřebitele. Zpracované maso se totiž naloží do lázně, která je připravena z pitné vody, fosfátů, může v ní být i kyselina citronová, chlorid sodný, tedy sůl a další látky. Jejich úkolem je zadržet a nepustit vodu, kterou maso v lázni nasálo. Tak dochází k zadržení až 50 % přidané vody. Poté se rybí maso opětovně zmrazí. Použité chemické látky se musí na obalu výrobku objevit, složení se tak stává důležitou navigací pro spotřebitele. V tomto testu se nejlépe osvědčila hluboce zmrazená treska od Albert Quality/Filé z mořských ryb za 150 Kč/kg s nulovým obsahem přidané vody a dále filety Tesco/Alaska Pollack Fillets za 176 Kč/kg, kde za přidanou vodu zaplatíte 7 Kč. Dalším dobrým výrobkem může být Nowaco Filet za 212 Kč/kg bez přidané vody.

b) Uzeniny - obsahují směs rostlinných bílkovin, cukrů a škrobu, tyto látky totiž víc vážou vodu a tuk, výroba takových uzenin je proto levnější. Především se ale do uzenin přidávají dusitany, které mohou způsobovat rakovinu tlustého střeva. Prodávají se i takové uzeniny, které obsahují jen 40 % skutečného masa, zbytek je bramborový škrob, sádlo, kůže, sójová bílkovina, mouka. Někdy uzeniny obsahují doslova masový odpad - semleté kosti, kůži, dokonce peří, což není už tak lákavé.

Například Poličan je drahý salám a vyrobit ho tak, aby bylo dobrý, je nelehký úkol. Očekávanou kvalitu ovšem dostane málokdy. Aby měl výrobek s tímto názvem odpovídající kvalitu, musí splňovat požadavky stanovené masnou vyhláškou. Avšak testované výrobky nemusí obsahovat požadované množství čisté svalové bílkoviny, což znamená, že v nich je méně libového masa, než je u tohoto druhu salámu závazné. Nejlépe uspěl balený Poličan Spar za 250 Kč/kg, dále Poličan Lidl Pikok za 183 Kč/kg, který byl nejlevnějším z těchto výrobků. Nejvíce masa obsahoval výrobek Albert Quality za 200 Kč/kg. Sto gramů tohoto poličanu bylo vyrobeno ze 145 gramů masa, což je o čtyřicet gramů více, než kolik výrobce udává na obalu. Téměř shodné hodnocení náleží i Poličanu Krahulík za 200 Kč/kg. Podle vyhlášky musí salám Poličan obsahovat nejméně 16 % svalové bílkoviny, bohužel tyto parametry, podle dTestu krájeného poličanu, nejsou dodržovány a některé druhy tohoto salámu obsahovaly pouze 11,89% – 15,03% čisté svalové bílkoviny, což vypovídá o obsahu libového masa. Jeden gram čisté svalové bílkoviny odpovídá pěti gramům masa bez tuku a pojivové tkáně, čímž vlastně v poličanu obsahujícího méně než 16% svalové bílkoviny, je o čtvrtinu méně, než je stanoveno vyhláškou. Avšak žádná jednotná receptura neexistuje.

A jak lze poznat kvalitní Poličan? Vzhledově je řez lesklý, hladký, barva růžově-červená, jemné zrnění a případný výskyt malých vzduchových dutinek. Vůně je příjemná a aromatická. Chuťově mírně slaná a výrazněji kořeněná, příjemně aromatická po použitých surovinách, přísadách a kouři. Konzistence je pružná až tuhá, plátky jsou kompaktní, na skusu je výrobek vláčný a křehký. (Podle vyhlášky 326/2011 Sb.)

Nejhůře byl testem hodnocen výrobek Globus Korrekt Poličan, který je sice levný, ale ve všech požadavcích jako je obsah masa, čisté svalové bílkoviny, tuku, ale též i v sensorickém hodnocení, obsahu nežádoucích látek jako jsou glutamany, dusičnany a dusitany a kuchyňské soli, je nevyhovující.

Pokud si myslíte, že potraviny určené pro děti jsou dietnější než ty bez takového označení, není tomu tak. Co do obsahu soli a masa nejsou na tom lépe než ostatní druhy vepřové šunky dušené. Je všeobecný omyl, že by měly splňovat náročnější požadavky na hygienické limity, cizorodé látky a stravitelnost. Podle laboratorních testů však nebývají o nic dietnější než ty ostatní. Zklamáním byla šunka výběrová s označením pro děti, která obsahuje nadměrné množství soli a to, 959 mg/100 g, přitom denní příjem soli dítěte do 3 let, by měl být 0,5 - 1 g. Čímž by vlastně konzumací 100 g „dětské šunky“ vaše dítě spotřebovalo jeho denní příjem soli.

Povrch této šunky, byl vlhký a měla gumovitou konzistenci, i když vyhláška předepisuje, že šunka bez rozdílu jakosti musí být na skusu křehká. Pro dětskou šunku je dán minimální obsah čisté svalové bílkoviny 13 %. Dá se říci, že dobrou volbou může být šunka Bilbo pro děti od Kosteleckých uzenin, která obsahuje 15,17 % masa a je označena jako šunka výběrová.

Marketingové názvy jsou zaměřeny na upoutání pozornosti, ale výrobce k ničemu nezavazují. Skutečným vodítkem pro rozhodování spotřebitele by mělo být označení jakostní třídy, z čehož vyplývá, zda je v šunce více nebo méně masa. Pro dušenou vepřovou šunku jsou stanoveny tři jakostní třídy: šunka nejvyšší jakosti, šunka výběrová a šunka standardní. Nejmírnější požadavky na jakost má šunka standardní, která může obsahovat i barviva, škrob či sóju, jejichž použití je pro šunku nejvyšší jakosti i šunku výběrovou výslovně zakázáno. Bez ohledu na jakostní zařazení platí, že vepřová šunka musí být vyrobena pouze z vepřové kýty. Když je použito maso z jiné části prasete, výrobek již nesmí nést název šunka, vyplývá to z potravinářské vyhlášky č. 326/2001 Sb. pro maso a výrobky z něj. Požadovanou kýtu však ne vždy najdeme v deklarovaném složení výrobku, můžete nalézt pouze nespecifikované označení „vepřové maso“. Pro šunku nejvyšší jakosti činí povinné minimum obsahu čisté svalové bílkoviny 16 %. Šunka, je-li správně vyrobena, má přirozeně růžovou barvu. V sensorickém testu se však ukázalo, že požadavek na masově růžovou barvu není vždy splněn, mohou být shledány jako světlé nebo bledé. Mohou mít netypickou chuť a vůni, tužší konzistenci a malou šťavnatost.

Závazná receptura pro šunku neexistuje a ani není stanoven závazný obsah masa. Ale jaký podíl masa výrobce uvede na obalu, tolik by měla splňovat. Ukázalo se, že někteří výrobci a distributoři toto pravidlo nedodržují. Rozdíl v neprospěch spotřebitele může činit až 11 %. Nejlépe hodnocenými a chutnými z vepřových šunek dušených, byly výrobky Billa Vocílka/Šunka Zvonkařka za 300 Kč/kg, které jsou cenově příznivé a obsahují více masa, než výrobce uváděl v deklaraci. A další dobré hodnocení získala Selská šunka Kaufland Classic za 250 Kč/kg, který obsahuje nadprůměrné množství čisté svalové bílkoviny a je chutná.

V některých druzích šunky byla však prokázána i přítomnost strojně odděleného masa, tzv. separátu, ať drůbežího či jiného. Což není zrovna moc lákavé. Zpočátku se šunka připravovala sušením nebo uzením a naložením do solného laku. Jestliže se nasolené maso podrobí tepelné úpravě, jde o dušenou šunku. V různých oblastech Evropy má způsob přípravy šunky odlišný charakter, a to se projevuje i její specifickou chutí. Smí se používat pouze maso z prasat schválených plemen, speciálně krmených a kontrolovaných. Nutná je

kvalitní sůl, nepoužívají se dusitany ani dusičnany. Důležitý je místní vzduch a čas pro sušení a zrání. Nasolená šunka leží v kádích až padesát dní, tuto dobu lze zkrátit vstřikováním laku do masa pod tlakem nebo pravidelným střídáním tlaku a podtlaku, tzv. masírováním až na pouhých několik hodin. Pak se šunka vaří při teplotě 68 až 72 °C.

Kompletní deklarované složení všech testovaných šunek naleznete na webu www.dtest.cz/sunka. U každé přídatné látky lze využít prokliknutí na její detailní popis a hodnocení v databázi éček. Na etiketách šunek se mohou vyskytovat přídatné látky jako kuchyňská sůl s dusitany, konzervanty, regulátory, stabilizátory a další, které plní určité funkce v daném výrobku - dodají barvu a brání množení mikroorganismů. Nežádoucími látkami v šunce jsou fosfáty a vysoké množství kuchyňské soli. Protože kvalitní šunka nesmí po nakrájení pouštět vodu, všimněte si při nákupu balené šunky, zda pod krycí fólií nejsou vysrážené kapky tekutiny. Na závadu je i výrazná pórovitost anebo větší množství dutinek v plátcích šunky. Plátky šunky se po nakrájení nesmí ani trhat, ani rozpadat, nemají být gumovité, suché či málo šťavnaté.

Když si kupujeme párky, zajímá nás především obsah masa. Vodítkem by měly být údaje na etiketě. Rozdíly mezi deklarovaným a skutečným obsahem masa může být až 17 % v neprospěch spotřebitele. Potravinářská vyhláška ukládá, že masný výrobek s názvem vídeňské párky musí obsahovat nejméně 55 % masa a nejvýše 40 % tuku. Maso může být vepřové, hovězí i telecí, ne však strojně oddělené, tedy tzv. separát. Taktéž použití drůbežího separátu je výslovně zakázáno. Vyhláška však nijak výrobce neomezuje v tom, aby dávali do vídeňských párků více masa a méně tuku, než je stanoveno, a tak si navzájem konkurovali kvalitou. Ale výrobci ne vždy hrají fair play jak se spotřebiteli, tak mezi sebou navzájem. Povinné minimum 55 % bylo splněno, ale ne vždy je ve výrobku tolik masa, kolik je uvedeno na obale. Z čehož vyplývá, nevěřit příliš deklarovaným údajům na obalech, zejména těm slibujícím mimořádně vysoký obsah masa. Klasická poučka, že obsah masa se pozná podle cen, se v testech nakonec potvrdila. V případě párků se více než kde jinde vyplatí číst složení, případně jej požadovat při nákupu u pultu. Prodejce je povinen sdělit jak dodavatele, tak složení párků.

Do vídeňských párků smí podle masné vyhlášky přijít až 40 % tuku. Množství zjištěného tuku v párcích se pohybovalo v rozmezí od 12,51 % do 28,94 %. Za pozornost stojí, že druhé nejmasnější párky, podle dTestu, výrobce doporučovali jako potravinu pro děti ve věku od 3 let, šlo o Bilbo uzeniny a vídeňské párky pro děti od společnosti Zedníček, a.s., Kunovice,

kteřé měly 28,74 % tuku. Pokud je použit rostlinný tuk, musí o tom být výrobce informován na etiketě. Dokonce se mohou v párcích vyskytovat stopy rozmělněných kostí i vápníku z kořenících přísad.

Párky máme rádi pro jejich rychlou přípravu, ale ke zdravé výživě zrovna nepatří. Jedním z důvodů je sůl. Ta dává párkům typickou chuť, ale zvyšuje krevní tlak a zatěžuje srdce i ledviny. Hotové potravinové výrobky jí obsahují nejvíce. Z doporučení Světové zdravotnické organizace (WHO) vyplývá, že soli bychom neměli přijmout více než 5 g denně. Kolik soli v párcích je však z etikety nezjistíme, tento údaj je povinný až při množství 2,5 % a více, tzn. 2,5 g kuchyňské soli, v 100 g porci. Méně přísná než WHO je na sůl EU, která stanovila přípustné denní množství na 6 g. V těchto výrobcích, včetně biopárků, je přítomen konzervant dusitan sodný. Na etiketách tuto přídatnou látku lze nalézt pod označením E 250. I když její použití bylo schváleno i pro biopotraviny, postoj odborníků k ní je nejednoznačný. Výstižně to charakterizuje Nařízení Evropské komise č. 1129/2011, v němž je uveden seznam schválených přídatných potravinářských látek. Doslovné znění: „Dusitany (E249-250) jsou potřebné ke konzervaci masných výrobků, aby se zabránilo možnému růstu škodlivých bakterií, zejména Clostridium botulinum. Použití dusitanů v masě však může vést ke vzniku nitrosaminů, které jsou karcinogenními látkami. Současné povolení dusitanů jako potravinářských přídatných látek vyvažuje oba tyto účinky. Limity pro používání dusitanů a dusičnanů jsou stanoveny pouze pro dávkování ve výrobě, nikoliv pro rezidua (zůstatek) ve finálních výrobcích.

Na obalu několika výrobků lze též nalézt nápadným písmem, že neobsahuje glutamáty, které jsou též nazývané glutamany. Jedná se o soli kyseliny glutamové a mají tu vlastnost, že přidávají jídlu masovou chuť, i když v něm maso vůbec nemusí být. Domovem tohoto ochucovačla je Japonsko, kde bylo spojováno s tzv. syndromem čínských restaurací, projevujících se bolením hlavy a dušností. Vědecké studie však souvislost neprokázaly a glutamany tak stále patří mezi schválené přídatné látky do potravin v celé Evropské unii. V potravinách pomáhají zakrýt mdlou chuť škrobu a sóji. V našich výrobcích se musí výrobcům přiznat, že se k výskytu škrobu a sóji otevřeně na výrobcích přihlásili buď slovně či kódy E 621 a E 623. Podle časopisu dTest, byla jejich přítomnost objevena ve vídeňských párcích z Řeznictví a uzenářství U Dolejších. Jde o vyhlášenou rodinnou firmu z Davle u Prahy, která provozuje i vlastní prodejnu svých uzenin.

Celkově nejlépe dopadly výrobky Lidl Dulano/Delikatesní vídeňské párky za 187 Kč/kg. Obsahovali hodně masa, byly bez glutamátů a z hlediska chuti patří k těm lepším.

Mezi dobrými se též ocitly Spar vídeňské párky za 208 Kč/kg a Bilbo uzeniny Vídeňské párky pro děti za 216 Kč/kg. Ty mají sice hodně masa a byly bez glutamátu, ale obsahují poměrně hodně dusitanů a dusičnanů a hodně tuku, což poněkud odporuje označení dětské. Jedny z celkově nejlepších párků, Ponnath Řeznictví mistří Bio Vídeňské párky za 340 Kč/kg skončily s hodnocením dostatečně. To si vysloužily značně nadsazeným obsahem masa, jímž se chlubili na obale.

Při přípravě by se párky neměly dávat do kastrůlku s horkou vodou ani do mikrovlnky. Nejlepší tepelná úprava je ohřátí v páře na pařáčku. Měli by mít příjemnou vůni, vyrovnanou příjemnou chuť, pružnou a soudržnou konzistenci, dostatečně šťavnaté a křehké, střívko nemá být tuhé. V nákroji má být párek masově růžový, jemně vypracovaný s ojedinělou drobnou pórovitostí. Závadami mohou být, kromě nedodržení těchto sensorických standardů, nakyslá a štiplavá chuť a v některých případech dokonce slabá cizí chemická pachůť.

c) **Mléčné výrobky** - místo mléka se v řadě mléčných výrobků používají levnější suroviny, například rostlinné tuky. Lze je najít v sýrech, pomazánkách, které vypadají jako sýrové. V levné šlehačce, která se ze smetany často vůbec nevyrábí. V jogurtech nebo různých krémech je pak pro vylepšení chuti a konzistence želatina, modifikovaný škrob a xanthan.

Všeobecně se tvrdí, že mléko je zdrojem vápníku pro naše zuby a kosti. Litř mléka obsahuje dost vápníku na to, aby se jím pokryla doporučená denní dávka pro jednu osobu na jeden a půl dne. Mléko musí obsahovat dostatečný poměr bílkovin a vitamínů. Mléko je podle Evropské komise získané dojením jedné nebo více krav. Touto definicí totiž chrání spotřebitele před nepoctivci, kteří by jej chtěli ředit vodou nebo jinak šidit. To znamená, že co nepochází z kravského vemene, to se do mléka nesmí přidávat nebo za mléko vydávat.

Mléko před zpracováním musí splňovat následující pravidla:

- musí pocházet z oblasti a od zvířat kontrolovaných kompetentní autoritou, tj. orgány SVS
- musí splňovat všechny veterinární požadavky stanovené ve Vyhlášce MZe č. 287/1999 Sb., včetně zabezpečení pravidelné kontroly
- musí splňovat požadavky týkající se zdraví zvířat, od nichž se získává
- a musí splňovat hygienické požadavky na výrobu syrového mléka, tj. hygienu dojení, hygienu personálu a hygienu výroby, včetně zabezpečení systému kontroly.[16]

¹⁶ Mléko. eagri.cz/public/web/file/3455/GHP_a_GMP_def.doc. [online]

Název mléko nesmí být používán pro různé nápoje rostlinného původu, např. ze sóji nebo rýže. Na obalu musí být též vyznačen příslušný druh zvířete, např. ovčí nebo kozí, protože se mléko získává i z jiných zvířat než z krávy. Kravské mléko je označeno pouze slovem mléko. Nezávadnost nadojeného mléka závisí na též krmivu, to nesmí být napadené plísní. Mléka neobsahují žádné nežádoucí látky, konkrétně těžké kovy, pesticidy a mykotoxiny. Jako nejlepší mléka lze podle časopisu dTest označit K-Classic mléko polotučné za 18,90 Kč/l, v němž bylo nejvíce vápníku a vysoký obsah bílkovin a Madeta Mléko polotučné trvanlivé za 16,90 Kč/l, které mělo nejvyšší obsah bílkovin a vysoký obsah vápníku.

Když má výrobek název „smetana ke šlehání“, mělo by z něj být možné připravit šlehačku. Bohužel ne vždy je tomu tak. U některé toho nelze dosáhnout a u některých šlehačka hned splaskne. Výrobek s označením smetana ke šlehání musí splňovat dva klíčové požadavky. Musí být vyroben pouze z mléka a mít nejméně 30 % tuku. Jestliže má tuku 35% a více, smí být smetana označena jako vysokotučná. Na trhu lze koupit celou škálu takových výrobků, u nichž mlékárny uvádějí od 30 do 40 % tuku. Šlehačka patří k vysoce kalorickým potravinám, a čím víc tuku obsahuje, tím lépe se dá našlehat a déle si zachová tvar. Vysokotučné smetany také více chutnají, protože tuk je nositelem příjemné chuti. Při nákupu je důležité si všimnout nejen obsahu tuku, ale i způsobu tepelného ošetření smetany v mlékárně. To znamená, zda prošla pasterací nebo ultra tepelným záhřevem (UHT). Každý z těchto způsobů má své výhody i nevýhody.

UHT je krátkodobé zahřátí nepřerušeno proudem mléka (smetany) na teplotu minimálně 135 °C po dobu nejméně jedné sekundy, což vede ke zničení mikroorganismů. Spolu s aseptickým balením do neprůsvitných obalů to současně zajišťuje, aby změny chemických, fyzikálních a smyslových vlastností mléka byly sniženy na minimum. Předností UHT ošetření je delší doba trvanlivosti, ale někomu může vadit vařivá chuť, tedy příchut' svařeného mléka. Tu lze zmírnit oslazením nebo jiným ochucením UHT smetany.

Pasterace je ošetření krátkodobým zahřátím na teplotu minimálně 71,7 °C po dobu 15 sekund, nebo veškeré rovnocenné kombinace času a teploty, aby se dosáhlo rovnocenného účinku. Poté následuje zchlazení a odvětrání po dobu nejméně dvou hodin. Z hlediska chuti vyšla jako nejlepší smetana ke šlehání OLMA s obsahem tuku 33 %, ošetřená vysokou pasterací, v kelímku s obsahem 210 g. Vyznačuje se i příjemnou a sladkou mléčnou chutí. Měla bílou, mléčnou, až jemně krémovou barvu a celkově příjemný vzhled. Konzistence byla

stejnorodá, bez usazenin, hrudek a kaseinových vloček. Aby šlehačka mohla být šlehačkou, nesmí po našlehání pouštět tekutinu a musí dobře držet tvar. Znalci též doporučují smetanu před našleháním vychladit. Kvalitní smetana by měla být našlehaná do dvou minut a na konci šlehání zdvojnásobit svůj objem. Výsledná šlehačka, tedy hustá, pevná a stabilní pěna, je směs tukových kuliček se zadrženými bublinkami vzduchu. Při pokojové teplotě 20 °C, by měla šlehačka udržet svůj tvar alespoň dvě hodiny.

Při ošetření smetany metodou UHT dochází ke změně struktury tuku a bílkovin. Aby takový výrobek bylo možné zpracovat na šlehačku, musí do něj mlékárna přidávat stabilizátor karagenan, což je přídatná látka s unijním označením E 407, želatinový extrakt z červených mořských řas. Smetana neochucená tepelně ošetřená smí obsahovat pět různých přídatných látek, „éček“. Povoluje to vyhláška Ministerstva zdravotnictví č. 4/2008. Kromě již zmíněného karagenanu (E 407) jeto alginát sodný (E 401), alginát draselný (E 402), karoxymethylcelulosa (E 466) a také mono- a dyglyceridy mastných kyselin (E 471). Působí v potravinách jako zahušťovadlo, stabilizátor a želírující látka. Jako všechna éčka, prošla i tato schválením a revizí zdravotních orgánů EU. Éčka se do potravin přidávají záměrně, aby se zlepšily jejich vlastnosti, v konkrétním případě u smetany mají zlepšit jejich strukturu. Ve složení smetan se též můžete vyskytovat modifikovaný kukuřičný škrob, moučka ze semen svatojánského chleba a guarová moučka, ty se však za přídatné látky nepovažují. Nejlépe na tom byla již zmíněná Olma Smetana ke šlehání za 19 Kč/210g z obsahem 33% tuku. Též se dobře vyšly smetany ke šlehání od Mlékárny Kunín za 22 Kč/200g s obsahem 31 % tuku, Albert Quality Smetana ke šlehání za 19 Kč/200 g s obsahem 31 % tuku a Zott Smetana ke šlehání za 18 Kč/200 g s obsahem 30 % tuku. Ve vyrovnaném hodnocení lze předvést i smetany na vaření. Při konkrétním výběru bude roli hrát jejich tučnost a případně i použití přídatných látek.

O tavených sýrech koluje pověst, že je to sekaná mlékárenského průmyslu, tedy že v nich končí všechny zbytky při výrobě, které by na pultech neobstály. Většinou to nebývá pravda. V laboratorních zkouškách byl prokázán pouze výskyt mléka, žádné závadné suroviny. Velký rozdíl se však prokázal ve výživové hodnotě sýrů, protože v některých bylo bílkovin hodně a v jiných málo. K výrobě jednoho kilogramu sýra je v průměru zapotřebí deset litrů mléka. Z toho je vidět, že sýr nemůže být levný. Spotřebitelská cena sto gramů sýra tedy v zásadě odpovídá ceně litru mléka. Levnou potravinou není ani sýr tavený, protože se vyrábí ze sýra,

ke kterému se v různém poměru přidává máslo, smetana, tvaroh a také tavící soli, aby měla výsledná směs stejnou konzistenci. Ne vždy ale bývá převažující složkou této potraviny právě sýr. Někdy je to voda a sušené mléko. Není to jediný důvod, proč se vyplatí pozorně číst složení výrobku na etiketě. Lze z ní například zjistit, zda sýr doma na talíři voní opravdu jen díky použité smetaně, anebo mu k tomu výrobce napomohl smetanovým aroma. V obalech nápadně připomínajících balení tavených sýrů se prodávají i potraviny, v nichž je část mléčného tuku a bílkovin nahrazena rostlinným tukem, škrobem nebo sójou. Pro tyto levnější náhražky dražších mléčných surovin se vžil název analogy či alternativy. V obchodech by se měly prodávat odděleně od sýrů, aby se méně pozorný spotřebitel nemohl splést. Na jejich obalu není uvedeno slovo sýr, ale tavený výrobek. Jedná se například o Javor, Dobrá cena, o 50 % méně cholesterolu. Na bočním obale, už drobnějším písmem však stojí, že tuky obsažené v tomto výrobku jsou tvořeny ze 3/4 kvalitními rostlinnými oleji a 1/4 tvoří mléčný tuk. Není tedy sýrem, přesto se na tomto výrobku vyskytuje slovo sýr. Na etiketě se k sýrům přirovnává a naznačuje, že je lepší. Ve vyhlášce č. 113/2005 Sb. O způsobu označování potravin však stojí, že se na obalu neuvádějí údaje, které by mohly vyvolat pochybnost o neškodnosti jiných podobných potravin nebo vyvolat u spotřebitele obavy z jejich použití. Dalším prohřeškem je uvádění neodpovídajícího množství tuku v sušině, obsah se totiž liší od deklarovaného výrobcem. Sice je to v neprospěch výrobce, protože rozdíl byl nadměrný, ale podle vyhlášky č. 77/2003 Sb. toleruje u tavených sýrů překročení tuku v sušině maximálně o 4 %, ale v některých výrobcích je překračována, např. tavený sýr Apetito Béd'a či Milko Bio. Ale naopak zápornou odchylku vyhláška nepřipouští, což bylo prokázáno u taveného sýru Tenery Toast. Obsah sušiny je povinnou informací na tavených sýrech, jedná se o pevný zbytek po odstranění veškeré vody. Jsou to bílkoviny, dále tuk, soli, vitamíny a minerály, včetně vápníku, fosforu a jiných prvků. Povinným údajem na obalu je tuk v sušině. Jenže obsah tuku v samostatném sýru si musíme vypočítat sami, a to vynásobit obsah sušiny v % obsahem tuku v sušině a výsledek dělit stem. Obsah tuku je pro spotřebitele důležitou informací. Je důležitý pro ty, co si hlídají kalorie, dále se tuk podílí na tvorbě chuti. Ale bohužel lze nalézt výrobky, ve kterých se objevuje smetanové aroma, např. Apetito Béd'a, který má ve složení odstředěné mléko a modifikovaný kukuřičný škrob. Smetanové aroma přiznal ve složení i tavený sýr Apetito lahodné smetanové od stejného výrobce, kde se též vyskytuje kukuřičný škrob.

Nejcennější výživovou složkou sýrů jsou mléčné bílkoviny, které jsou velmi kvalitní, protože obsahují všechny pro člověka nezbytné aminokyseliny a snáze se také tráví než bílkoviny z masa. Obsah bílkovin se na obalech potravin bude povinně zveřejňovat až od 13. prosince 2016, někteří výrobci však tuto informaci dobrovolně uvádějí už dnes. Ne vždy se však deklarované údaje výrobců shodují s tím, co opravdu obsahují. U většiny případů bývá totiž nadsazený. Další cennou složkou mléčných výrobků je vápník. Čím více bílkovin tavené sýry mají, tím více je v nich vápníků.

Aby se při tavení všechny složky dobře spojily a ve výsledném výrobku se neuvolňoval tuk, přidávají se do směsi v kotli tavící soli. Soli na bázi fosfátů snižují využitelnost vápníku v organismu. V tavených biosýrech se však vyskytovat nesmí. Místo ní výrobci používají tavící sůl na bázi citrátů, tedy soli kyseliny citronové, které jsou pro bio tavený sýry povolené. Některé zdroje uvádějí, že čím měkčí a lépe roztíratelný je tavený sýr, tím více fosfátových solí obsahuje, ale v testech to nebylo potvrzeno.

V testech z výživového hlediska nejlépe dopadly tavené sýry Madeta Primátor za 37 Kč, Tany Bio Tavený smetanový sýr za 26 Kč, který neobsahuje žádné fosfáty, a Veselá kráva Štíhlá a ve formě za 33 Kč. Sýr má být čistý, má mít jemně mléčnou vyváženou chuť a být snadno roztíratelný. Více informací a podrobný test můžete nalézt na webovém portále na www.dtest.cz/syry.

d) Sladkosti, cukrovinky - zatímco opravdová čokoláda musí obsahovat určité procento kaka, pro tzv. kakaové produkty takové limity neplatí. Pravá čokoláda také obsahuje kakaové máslo, zatímco levné náhražky se vyrábějí z jiných tuků s negativním vlivem na organismus. Ovocné příchutě a aroma mnoha výrobků jsou vytvořeny uměle, takže levná jahodová marmeláda může být vyrobená převážně z jablek, sladké limonády a nemusí vůbec obsahovat ani nejmenší procento ovoce, které mají na etiketě.[17]

Když se podíváte po regálu se sušenkami, zjistíte, že výrobky, které mají podobný obal a podobný tvar, mají jen jiné výrobce a hlavně různé ceny. Myslíme si, že by se levné sušenky měly od těch dražších lišit zejména kvalitou použitých surovin. Přece když jsou cenové rozdíly skoro dvojnásobné, měly by být ty dražší i o to lepší. Ale jak to doopravdy je. Pokud se pořádně podíváte na složení všech sušenek, zjistíte, že jsou vlastně stejné.

¹⁷ Náhražky v potravinách. <http://www.mrtester.cz>. [online]

Na čem lze při jejich výrobě ušetřit?

- **Glukózovo-fruktózový sirup** místo cukru stojí zhruba polovinu. Fruktóza je v naprosté většině průmyslově upravovaných potravin a její nadměrná konzumace může být příčinou obezity, zvýšené tvorby kyseliny močové, tedy vzniku dny, ale i rozvoje diabetu.
- **Ztužený (hydrogenovaný) rostlinný tuk** je zdrojem škodlivých transnenasycených mastných kyselin (TFA). Výrobci ho používají proto, že je levný, snadno se s ním pracuje a na rozdíl od másla, které nahrazuje, dlouho vydrží.
- **Tuková poleva místo čokolády**, tedy ztužený rostlinný tuk, emulgátory místo kvalitního kakaa
- **Lupina**, mouka z vlčího bobu, která může být silným alergenem, ale protože těsto zažlutí, mohou ji výrobci použít k vyvolání dojmu, že použili vejce.

Při srovnání piškotů je vhodné vybrat Piškoty Opavia, které obsahují 54 % pšeničné mouky, vejce, není v nich kukuřičný škrob a obsahují méně cukru než Piškoty Tesco value, a to o 7,42 g na 100g výrobku méně.

Velice oblíbené sušenky Bebe dobré ráno, spojené s poutavou reklamou, se dají nahradit levnější a lepší variantou a to Butter premium Tesco sušenkami, a to ve stejné gramáži. Jsou o 6,70 Kč levnější, neobsahují na rozdíl od Bebe ztužený tuk, který zdraví neprospívá, ale obsahuje máslo, což nebývá příliš časté. Bebe dokonce obsahuje více přídavných látek, tedy éček, a to E503, E500, emulgátory E472 a sojový lecitin, kyselinu citronovou a E221. Přičemž druhá varianta obsahuje pouze hydrogenuhličitan, sójový lecitin a regulátor kyselosti.

Při rozhodování mezi obyčejnou arašídovou oplatkou či Tatránkou Opavia jsou rozdíly v cenách 3 Kč. Levnější sušenka je menší, ale co do obsahu má v sobě ztužený tuk, ovšem co se éček týče, v oblíbených Tatránkách je bohužel nalezneme též, od emulgátorů, po E 504, E500, E503. Oproti tomu levnější varianty obsahují pouze emulgátory. Zde je výběr spíše otázkou priorit.

Tradiční kolonády oproti např. Napolitanke oplatkám jsou o 14 Kč dražší, jsou v menším obalu, obsahují menší podíl kakaové sušiny, mají více éček (emulgátory), ale neobsahují ztužený tuk. V takovém případě je lepší vybrat levnější variantu, protože zde jde pouze o značku než o kvalitu. [18]

U čokolád, když má v názvu slovo extra, se očekává něco lepšího. Vstupem ČR do EU se významně zmírnili požadavky na složení čokolády. Do té doby se nesměl do čokolády přidávat rostlinný tuk nekakaového původu, členstvím v EU se toto tabu zrušilo. Přestalo tedy platit, že jediným rostlinným tukem v čokoládě smí být pouze kakaové máslo. To je tuk, který se mechanicky uvolňuje při drcení kakaových bobů. Kakaové máslo má běžně bod tání v rozmezí 34 až 38 °C, což umožňuje, aby čokoláda byla pevná při pokojové teplotě a v ústech se lehce rozpustila. Ne každý rostlinný tuk, tedy levnější surovina než kakaové máslo, však do čokolády může. Schválených je šest druhů a všechny jsou tropického původu. Na přítomnost nekakaového rostlinného tuku musí být spotřebitel upozorněn na obalu čokolády samostatnou větou „vedle kakaového másla obsahuje rostlinné tuky“. Nestačí tedy uvést rostlinný tuk pouze v informaci o složení výrobku. Použití nekakaových rostlinných tuků má svá pravidla. Jejich podíl ve výrobku nesmí překročit 5 % a nesmí to být na úkor závazného obsahu kakaového másla ani celkové kakaové sušiny. Přidání nekakaového rostlinného tuku v sobě skrývá jisté riziko. Při rafinaci některých z nich mohou vzniknout nežádoucí, potenciálně toxické sloučeniny s obsahem chloru, a ty pak přecházejí do čokolády. To bylo prokázáno u čokolády Figaro Mléčná a tzv. procesními kontaminanty, tvořící se při zpracování, byly estery 3-MCPD, což jsou látky odvozené od chlorpropandiolu. Vznikají při vysokých teplotách rafinace rostlinných tuků, hlavně při kroku zvaném dezodorizace, například palmového a kokosového. A právě palmový olej je jedním z unií schválených rostlinných tuků, který lze do čokolády přidávat. Kokosový olej se do samotné čokolády přidávat nesmí, ale může se dávat do čokoládové zmrzliny. Oba zmíněné tuky navíc pro vysoký obsah nasycených mastných kyselin přispívají k tvorbě „zlého“ cholesterolu. Látka, 3-MCPD, která se v zažívacím traktu z vázané formy působením enzymů uvolňuje, se řadí mezi potenciální karcinogeny a mutageny, může tedy působit rakovinotvorně a vést k poruchám plodnosti.

¹⁸ Sušenky: vypadají stejně?. <http://www.prozeny.cz/magazin> [online]

Tato volná látka byla v potravinách objevena na VŠCHT Praha již v roce 1978, kdy se její vliv na lidské zdraví začal zkoumat. Můžeme ji nalézt i ve šlehačkách ve spreji. Tuto nebezpečnou látku sledují v potravinách vědci v celé EU, závazně stanovené limity jsou však stanoveny pouze pro sójovou omáčku a kyselé hydrolyzované rostlinné bílkoviny, které jsou pro rychlou stravitelnost a pozitivní sensorické vlastnosti významnou složkou mnoha potravinových doplňků. V obou zmíněných výrobcích smí být nejvýše 20 mg 3-MCPD/kg výrobku. U čokolády Figaro Mléčná sice tato hranice nebyla překročena, ale i tak je to na pováženu. Přidané rostlinné tuky nekakaového původu obsahují čokolády Milka Alpine Milk a Kaufland Katy/Milk Chocolate.

Proč se rostlinné tuky do čokolády přidávají, když nesmějí nahrazovat suroviny z kakaových bobů? Tuto praxi zavedli výrobci ve státech jižní Evropy, protože čokoláda s přídavkem takových tuků lépe odolává teplejšímu podnebí, a tak snadno netaje. Tuky s vyšším bodem tání však obsahují nasycené mastné kyseliny a ty vesměs nepatří mezi tzv. „zdravé“. EU kvůli sjednocení pravidel a umožnění volného pohybu zboží rozhodla, že je nezbytné, aby se „jižanské“ praxi přizpůsobily všechny členské státy EU. V pozadí byly i politické zájmy, protože někdejší koloniální mocnosti v Evropě dovozem zmíněných tuků hospodářsky podporují bývalé vazaly. Mocné politickohospodářské zájmy stojí v zákulisí celého čokoládového průmyslu. Ačkoli se s kakaovými boby obchoduje na burze v Londýně a New Yorku, ceny má tvrdě pod palcem tzv. Mezinárodní dohoda o kakau, aktuálně obnovená v roce 2010. Jejími členy jsou jak vývozci kakaových bobů, tak jejich dovozci, přičemž každá z obou stran má stejný počet celkových hlasů. Z dovozců má největší vliv EU, která má kolektivní členství, takže zastupuje i ČR. Samostatné členství má z evropských států pouze Švýcarsko a Ruská federace. Cílem Mezinárodní dohody o kakau je posílit a podpořit spotřebu čokolády a výrobků z kaka, zejména šířením informací o pozitivních účincích kaka, včetně informací o blahodárných účincích pro zdraví, a to v úzké součinnosti se soukromým sektorem. Podle této dohody prý růst spotřeby čokolády snižuje chudobu v rozvojových zemích, kde se kakaové boby pěstují. Pravdou je, že kakao obsahuje alkaloidy theobromina kofein a tyto látky s povzbuzujícími účinky přecházejí do čokolády. Proto se její konzumace spojuje příjemný pocit a dobrá nálada. Často se hovoří i o příznivých účincích čokolády na organismus ve spojitosti s antioxidačními účinky fenolických látek, které jsou v kakaové hmotě obsaženy.

V mléčné čokoládě je předepsaný podíl kakaa výrazně nižší než v hořké. Navíc podstatnou složku čokolády tvoří cukr, v mléčné jeho podíl dokonce činí i víc než polovinu výrobku. Proto je mléčná čokoláda kaloricky vydatná. Čtyři stogramová balení bezezbytku pokryjí celkovou denní kalorickou potřebu málo fyzicky namáhaného dítěte. Na některých čokoládách lze nalézt slovní ujištění výrobců, že obsahuje alpské mléko. Je to mýtus, který má vyvolat zdání zdravoti spolu s vyobrazenou kravičkou a svazkem lučního kvítí.

Každá mléčná čokoláda musí obsahovat předpisy stanovený podíl mléka a mléčného tuku. U některých výrobků je však podíl mléčné sušiny či obsah mléčného tuku na hraně. Mléčná čokoláda obsahuje nejméně 2,5 % tukuprosté kakaové sušiny a 25 % celkové kakaové sušiny. Současně musí obsahovat nejméně 25 % celkového tuku, z toho 3,5 % mléčného. Mléčné sušiny musí být nejméně 20 %. Vyšší jakost mléčné čokolády, která má v názvu slovo „extra“ nebo „vysoká jakost“, obsahuje nejméně 30 % celkové kakaové sušiny a nejméně 18 % mléčné sušiny. Musí mít také nejméně 4,5 % mléčného tuku v mléčné sušině.

I Orion Extra mléčná čokoláda může být bohužel též zklamáním. I když výrobce na obalu deklaroval obsah rostlinných tuků, u nadstandardní kvality bychom přídatky levnějších složek zrovna neočekávali. Povinné údaje o složení čokolády jsou navíc cudně ukryté pod záhybem svaru obalu, který je nutné odhrnout. Špatná přístupnost k informacím jde ruku v ruce s jejich špatnou čitelností. Zlatá písmena na hnědém obalu se luští s velkou obtížností.

Unifikovanou chuť výrobků si lze vysvětlit globalizací čokoládového trhu, který ovládli velcí hráči, a ti malí se přizpůsobují. V Evropě výrobu čokolády ovládá několik nadnárodních společností, především Nestlé, Kraft Foods, Cadbury a Lindt & Sprüngli. Některé tradiční známé značky formálně zůstaly, ale patří už jiné firmě. Velcí výrobci ovládají trh s kakaovou hmotou, což je základní polotovar pro čokoládu, kterou ti menší od nich nakupují. Příčinou, proč mají některé čokolády divnou chuť, je neideální zastoupení vonných látek. Na plném aroma čokolády, se jich podílejí stovky. A protože vznikají při fermentaci a následném pražení vysušených kakaových bobů, vede zjištěný výsledek k úvaze o kvalitě vlastní suroviny a jejím způsobu zpracování.

Drahá mléčná čokoláda je sice z kvalitního kakaa a mléka, ale chuťově se příliš neliší od ostatních. Nejlépe však dopadly čokolády Lindt Excellence Extra Creamy Milk za 60 Kč/100g a Lidl First Nice/Milk Chocolate za 14 Kč/100g. Dobrymi výsledky se může chlubit i čokoláda Billa clever/mléčná Chocolate za 13 Kč/100g a Tesco Reylands/Milk Chocolate za

11 Kč/100g, která obsahovala velmi kvalitní kakao s nízkým obsahem nežádoucích tuků. Podrobný postup testu naleznete na www.dtest.cz/mlecne-cokolady.

Při výběru mléčné čokolády vždy je dobré přečíst všechny údaje na zadní straně obalu, i ty skryté v záhybech. Hlavně nesmí chybět údaj o obsahu celkové kakaové sušiny. [19]

Pro další informace lze navštívit mnoho internetových stránek, kromě těch, které byly již uvedeny, které se tomuto dále tématu věnují, např. www.kvalitapotravin.webnode.cz, www.bezpecnostpotravin.cz, www.szpi.gov.cz nebo www.fp7.cz. A pro ještě podrobnější popis o tom, co potraviny opravdu obsahují, se můžete nyní dozvědět v novém pořadu Romana Vaňka, Jídlo, s. r. o. na internetové televizi Stream.cz

¹⁹ dTest. www.dtest.cz. Vydání časopisů v letech 2012 – 2014.

Závěr

Když se trošku zamyslíme nad finanční situací většiny českých rodin, zjistíme, že to za co nejvíce utrácíme, jsou potraviny. Cílem spotřebitele je uspokojení potřeb a tou nejzákladnější je zajištění potravy. Hlavním požadavkem spotřebitele bývá nákup kvalitních potravin za co nejnižší cenu, což není zrovna lehkým úkolem pro výrobce a zpracovatele. Na to, aby mohly být produkty, které konzumujeme kvalitní, musí obsahovat správný podíl veškerých stanovených surovin. Ale takto zhotovený produkt bude mít vysoké náklady na zpracování, což má za důsledek i odpovídající cenu konečného výrobku. Čímž vlastně docházíme k tomu, že na to aby mohly být potraviny levné, musí být používány i levné suroviny. Toho lze dosáhnout, jak jsme se zmínily v podkapitolách 6.1 a 6.3, používáním různých éček a náhražek, které mají podobnou či stejnou funkci, jako plnohodnotné suroviny a aby jejich výroba nebyla tak nákladná a výsledný produkt byl též levný. Popsali jsme si suroviny, které by tyto produkty měli podle daných norem obsahovat a jaké náhražky a éčka jsou používány. Hlavní otázkou je, jaký to má dopad na spotřebitele. Nevědomky si kupuje potraviny, o kterých si myslí, že obsahují kvalitní suroviny. Utrácí za tyto výrobky část svého příjmu s domněním, že jí nejen kvalitní, ale i nezávadné potraviny. Tyto produkty, prodávané na pultech různých obchodů, se pak tváří jak vizuálně tak chuťově stejně, jako ty bez éček a různých náhražek.

Výrobci a zpracovatelé mají na základě daných norem stanovené poměry základních surovin, které musí produkty obsahovat. Dále jsou stanoveny Evropskou komisí různými vyhláškami seznamy éček a náhražek, které mohou potraviny obsahovat. Aby byl tedy konečný výrobek prodáván za přiměřenou cenu, výrobci tak této možnosti využívají.

Pro výrobce je to výhodný byznys a spotřebitel může nakupovat levné potraviny. Pokud si řádně nepřečtete obsah jednotlivých produktů, které běžně kupujete, může to mít za důsledek, že si do těla cpete různé různá barviva, emulgátory, náhražkové suroviny apod. Jenže vaše dítě pak může být nepozorné, hyperaktivní, či se mohou i u vás, projevovat různé alergie nebo zdravotní potíže.

Když si v jednotlivých regálech vybíráme mezi nesčetnou škálou produktů, měli bychom si dávat pozor na to, co je napsáno na obale a jednotlivých etiketách. V podkapitole 6.2 jsme se seznámili se informacemi, které musí výrobce či distributor na výrobku uvádět. Problémem však bývá, že tyto informace jsou uváděny velmi malými písmi a občas se vyskytují na

špatně dostupných místech, např. v záhybech obalu. Spotřebitel se chce dozvědět základní informace jednoduše, zřetelně a rychle. Ale jak toho dosáhnout, když byste některé informace museli pomalu luštit pomocí lupy.

Můžeme se však setkat i s informacemi, které jsou nám zamlčovány, a to pravá země původu produktu. Výrobci občas využívají různých trhlin a klíčků, díky kterým nemusí tyto informace vůbec uvádět nebo je uvést jinak a tím si zajistit odbyt jejich produktu.

Když si na etiketě přečtete, co daný výrobek obsahuje, nemusíte ale některým z těchto informací rozumět a to hlavně složení produktu. Jak máte vlastně vědět, která éčka jsou která, když se uvádí pod různými číselnými kódy. Jediné co poznáte je, že se o éčka jedná a to pomocí označení E před příslušným číslem.

To, co hlavně výrobek prodává je obal. Výrobci rádi používají různé slogany a obrázky pro co nejvíce vizuálně přitažlivé balení. Vám či vašemu dítěti se takový výrobek zalíbí, tak si ho koupíte. Až doma vlastně zjistíte, že nic nemusí být takové jak se zdá. Může vás zklamat obsah, chuť či cena výrobku. Poté si až všimnete, co daný produkt obsahuje a že vizuálně přitažlivý obal tohoto výrobku byl pouze marketingovým trikem, jak si zajistit odbyt.

Ze všech nasbíraných dat a informací lze vyvodit, že spotřebitel je klamán především prostřednictvím nedokonalých informací a různými marketingovými triky, čímž si zajišťují odbyt svých produktů a udržení klientely. Používáním éček a různých náhražek při zpracování produktů zajišťují, že tyto výrobky budou moci poté prodávat za nízké ceny. Pokud si spotřebitel přeje kvalitu, bude si za ní muset taky zaplatit.

V povědomí člověka existuje jistý faktor, který nám říká, že to, co se nám napohled líbí, se i lépe konzumuje. Pokud by se nepoužívala určitá barviva, některé potraviny by se staly neatraktivními a přestaly by se kupovat. To ale výrobce nechce, on ví, že spotřebitel většinou nakupuje potraviny očima a proto se snaží, aby byl výrobek na oko co nejatraktivnější. Zakoupili byste si snad mdlou šunku, vybledlé párky či chtělo by vaše dítě lízátko, které není pestře červené? Ano nesmí jich být moc, také jsou na to stanovené normy, ale výrobce tak zároveň zajišťuje odbyt svých produktů a splňuje tak i vizuální požadavky spotřebitele na potraviny.

Všechny potraviny dovážené do ČR musí splňovat požadavky na označení dané směrnice, které jsme si již uváděli. Jsou dané požadavky stanovené v příslušném evropském právním předpise či požadavky národního předpisu. Tím, že jsou dány bezprostředně závazné

předpisy EU, nemusíme se bát, že se k nám dostanou nebezpečné potraviny (ohrožující zdraví). V jakýchkoli případech musí dovozce zajistit, že jejich potraviny jsou bezpečné, např. laboratorními rozbory. Díky těmto opatřením může být spotřebitel klidný při vybírání potravin v různých obchodních řetězcích.

Druhou stránkou věci je, že používání některých éček, různých náhražek a dalších ingrediencí má i pozitivní charakter. Pokud by je výrobci nepoužívali, nebyl by přece možný dovoz potravin z ostatních zemí EU, natož z neevropských zemí. Existují pozitivní faktory v používání tzv. „chemie“, která je vlastně v jistých případech prostě nezbytná. Jedná se především o konzervanty a stabilizátory, které jsou též schválené Evropskou komisí, díky kterým zůstávají potraviny stále čerstvé, vzhledově mají zdravou barvu, aby potraviny nebyly brzy zplesnivělé, nevybledly ani neztvrdly, ale hlavně pomáhají prodlužovat dobu trvanlivosti. Jak byste jinak mohli v únoru v obchodech zakoupit jahody, mango, banány, rajčata, cibule, okurky či jiné ovoce a zelenina, které nejsou jinak dostupné, než že se k nám musí dovážet. Masné výrobky by bez nich nevydržely přepravu z jiné země a byly by po převozu hned zkažené. Různé laskominky z teplejších oblastí by se sem ani nedostali v plnohodnotném stavu. Bez těchto přípravků byste si ani nenamazaly sýr na chleba. Nejhlavnější důvody, které vedou firmy k záměrnému klamání spotřebitele je, aby se jejich produkt prodával, aby si udrželi či zlepšily postavení na trhu a expanze na světový trh. Ale firmy mají i jiné důvody k používání některých druhů náhražkových ingrediencí v potravinách. Zajišťují neoddělování složek v potravinách, umožňují smísit látky, které byste jinak nedali dohromady – zabraňují oddělování vody a oleje, chrání potraviny proti činnosti mikroorganismů, udržují stálý vzhled, ale hlavně prodlužují životnost potravin.

Konečným bodem této práce by mělo být zhodnocení činnosti státu na ochranu spotřebitele. Zdá se mi, že i přesto, že existuje „Zákon o ochraně spotřebitele“ a orgány či instituce spravované státem, jedná se o nedostačující opatření. I přesto, že mají některé „chemické látky“ pozitivní účinky, měly by být používaná éčka a náhražky mít lepší vymezení a to nejlépe zvýšit nároky na jejich obsah v potravinách pouze na nezbytně nutný. Nechci jíst párky, které mohou obsahovat pouze 40 % masa, protože je to povolené. Přijde mi, že výrobci si vlastně uvědomili, že si na takovéto „sizení“ spotřebitelé zvykli, ale to by nemělo být. Měly by být vymezeny přísnější normy na používání náhražkových surovin a éček v potravinách.

Nynější opatření vlády i EU mi v tuto chvíli přijdou, na základě nasbíraných a zhodnocených dat, nedostatečná. Měly by být lépe dostupné informace každému spotřebiteli, tyto informace by měly být zároveň lépe čitelné a na viditelném místě. Složení potravin by mělo být úplné a srozumitelné. Potraviny nižších kvalit by měly být oddělené či alespoň jinak označené od těch kvalitnějších. V tomto směru by se vláda měla podle mého názoru ubírat v rámci potravinářského průmyslu.

Zákon o ochraně spotřebitele vymezuje povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb, vymezuje úkoly veřejné správy, uvádí sdružení spotřebitelů, a co to jsou klamavé a agresivní obchodní praktiky, ale co hlavně v rámci České republiky neobsahuje, jsou nároky na kvalitu potravin prodávaných na našem území. Právě tento zákon, o kterém každý s našich občanů neví, by měl obsahovat vymezení pro obsah náhražkových ingrediencí. Jakýkoli občan našeho státu má právo na to, vědět jaký podíl náhražek mohou potraviny obsahovat a na co si dávat při nákupu potravin pozor. Jsou zde pouze uvedeny údaje, jako že má být výrobek prodáván ve správné hmotnosti, míře nebo množství. Ale v jakém množství, v jaké míře a to hlavní co by zde mělo být je, že by měl být výrobek prodáván i ve správném složení. Toto jsou hlavní body, které náš Zákon o ochraně spotřebitele vůbec neuvádí. Spotřebitel by neměl přijít na tyto věci jen díky různým asociacím na ochranu spotřebitele nebo různým pořadům zabývajících se touto problematikou, ale hlavně stát by měl uvést v chod řádná opatření, aby se procesu, jako je klamání spotřebitele, udělala přítrž.

Seznam použité literatury:

- 1) Samuelson, Paul Anthony; Nordhaus, William D., *Ekonomie*, Praha: Svoboda 2007
- 2) Mankiw, N. Gregory, *Zásady ekonomie*, Praha: Grada 1999
- 3) Sirůček, Pavel; Macáková, Libuše; Nečadová, Marta, *Mikroekonomická teorie I : cvičebnice*, Slaný : Melandrium 2003
- 4) Macáková, Libuše, *Mikroekonomie: základní kurs*, Slaný: Melandrium 2003
- 5) Zákon o ochraně spotřebitele. In: č. 634/1992 Sb. 1992. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/spotrebitel> nebo www.wikipedia.org/zakonoochranespotrebitel
- 6) DTest. *Komplexní servis pro spotřebitele*. 2012 - 2014. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/casopis>
- 7) *Nedokonalá konkurence* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: *Nedokonalá konkurence* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.miras.cz/seminarky/mikroekonomie-n07-nedokonala-konkurence.php>
- 8) *Externality* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Externalita>
- 9) *Externality* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.ius-wiki.eu/tnh/pfuk/tnh/zkouska/otazka-24>
- 10) *SOS* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: aa.ecn.cz/img_upload/f1532a13dc249fe4f531e8898842cea0/RV04164_SOS..
- 11) *SOS* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.ohkln.cz/sdruzeni-obrany-spotrebitelu-cr/sdruzeni-obrany-spotrebitelu-ceske-republiky.aspx>
- 12) *Klamavé obchodní praktiky* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/spotrebitel/43384-slevy-nekdy-jde-o-klamave-obchodni-praktiky>
- 13) *Náhražky* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/N%C3%A1hra%C5%BEka>
- 14) *Náhražky* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.abecedazdravi.cz/zdrava-vyziva/ceske-potravin-y-sama-nahrazka>
- 15) *MPO* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/>
- 16) *Ochrana spotřebitele* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/index_cs.htm
- 17) *ČOI* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/>

- 18) *Křížová kontaminace* [online]. [cit. 2014-04-03]. Dostupné z:
<http://www.viscojis.cz/zachazeni-s-potravinami/hygiena-v-domacnosti/369-kiova-kontaminace-v-kuchyni>
- 19) *Mléko* [online]. [cit. 2014-04-03]. Dostupné z:
eagri.cz/public/web/file/3455/GHP_a_GMP_def.doc
- 20) *Náhražky v potravinách* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z:
<http://www.mrtester.cz/kvalita-potravin?page-sort=nahrazky-v-potravinach>
- 21) *Sušenky: vypadají stejně?* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z:
<http://www.prozeny.cz/magazin/zdravi-a-zivotni-styl/zaujalo-nas/37793-drazsi-vs-levne-susenky-vypadaji-stejne-ktre-jsou-lepsi>
- 22) *Ekonomický vývoj ČR* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z:
<http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Ekonomicka-fakta/Vyvoj-ceske-ekonomiky>
- 23) *Ekonomický vývoj ČR* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z:
<http://svp.muni.cz/ukazat.php?docId=488>

Zkratky

ČSR – Československá republika

ČR – Česká republika

EU – Evropská Unie

CPE – Centrálně plánovaná ekonomika

ČOI – Česká obchodní inspekce

MPO – ministerstvo průmyslu a obchodu

SVS – Státní veterinární správa

KODETOVÁ, D. *Klamání spotřebitele*. Bakalářská práce. Cheb: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, počet stran 61. 2014

Abstrakt

Práce je zaměřena na popis klamání spotřebitele v potravinářském průmyslu. Jak nepřesné a zavádějící informace mohou dokonale oklamat spotřebitele na trhu nedokonalé konkurence.

Klíčová slova

Tržní selhání, cíle spotřebitele, nedokonalá konkurence, nedokonalé informace, spotřebitel, potraviny

Abstract

The bachelor thesis is focused on description of consumers deception in the food industry. Inaccurate and misleading information can completely deceive consumers, when imperfect competition is on the market.

Key Words

Market failures, consumer targets, imperfect competition, imperfect information, consumer, food