

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Značky kvality potravin na českém trhu

Food quality labels on the Czech market

Veronika Jílková

Plzeň 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Značky kvality potravin na českém trhu“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 30. 4. 2021

v. r. Veronika Jílková

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu své práce Ing. Tomáši Sadílkovi, Ph.D. za jeho odborné vedení, cenné připomínky a rady při zpracování mé bakalářské práce.

Současně bych ráda poděkovala všem respondentům, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření, Státnímu zemědělskému intervenčnímu fondu a Ing. Ivo Šaškovi, CSc. za poskytnuté informace a materiály.

Obsah

Úvod	7
1 Kvalita.....	8
1.1 Kvalita potravin.....	9
1.2 Požadavky na označování potravin.....	12
1.2.1 Název potraviny	12
1.2.2 Seznam složek.....	13
1.2.3 Datum použitelnosti a trvanlivost výrobku.....	13
1.2.4 Původ	14
2 Bezpečnost potravin v ČR.....	15
2.1 Legislativní úprava bezpečnosti potravin v ČR	16
2.1.1 Zákon č. 238/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony	16
2.1.2 Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů	17
2.1.3 Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů	17
2.2 Organizace zajišťující bezpečnost potravin	17
2.2.1 Ministerstvo zemědělství	18
2.2.2 Ministerstvo zdravotnictví	19
2.2.3 Ministerstvo životního prostředí.....	20
2.2.4 Ministerstvo průmyslu a obchodu.....	21
2.2.5 Státní úřad pro jadernou bezpečnost (SÚJB).....	21
2.2.6 Nevládní organizace	21
3 Značky kvality.....	22
3.1 Klasa.....	22

3.2	Regionální potravina.....	23
3.3	Česká potravina	24
3.4	BIO	24
4	Regionální potravina Plzeňského kraje.....	26
5	Vlastní výzkum	29
5.1	Cíle a metodika.....	29
5.2	Plán výzkumu a sběr dat.....	29
5.3	Analýza dat.....	32
5.4	Výsledky výzkumu.....	32
6	Návrhy a doporučení.....	43
	Závěr.....	46
	Seznam použitých zdrojů.....	48
	Seznam zkratk	51
	Seznam tabulek a grafů	52
	Seznam obrázků	53
	Seznam příloh	54
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

V současné době je kvalita potravin velice rozšířeným tématem. Z pohledu spotřebitelů jsou požadovány stále vyšší nároky na kvalitu potravin ať už z hlediska bezpečnosti či zdravotní nezávadnosti produktů. Díky rozdílným názorům spotřebitelů na to, „co je kvalitní výrobek,“ nemůžeme tedy přesně a jednoznačně určit, jaké produkty jsou kvalitní a jaké nikoliv. I díky tomu se na našem trhu vyskytují značky kvality potravin, díky kterým se spotřebitelé mohou na trhu mezi produkty lépe orientovat. Spotřebitelům totiž produkty označené některou ze značek kvality mohou zaručit určitou kvalitu, která je daná podmínkami pro získání určité značky, a také zaručují původ daného produktu.

Cílem této bakalářské práce je zjistit povědomí o značkách kvality potravin mezi spotřebiteli a v souvislosti s tím zjistit, jaké je povědomí značky „Regionální potravina“ mezi spotřebiteli oproti ostatním značkám. Na základě výsledků a zjištěných informací budou navržena opatření, jak zvýšit či zlepšit povědomí o značce „Regionální potravina,“ ale i celkově o všech značkách kvality potravin.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části. První část se zabývá teoretickým přehledem. Nejdříve budou představeny pojmy, co je kvalita obecně, bude definována kvalita potravin a budou představeny požadavky na označování potravin. Dále bude představena bezpečnost potravin, platná legislativa, která se vztahuje k bezpečnosti potravin, a také budou definovány subjekty, které se podílejí na kontrole bezpečnosti a kvality potravin. V neposlední řadě budou stručně představeny nejznámější značky kvality potravin v České republice a poslední kapitola teoretické části se bude podrobněji věnovat značce „Regionální potravina.“

Druhá část bakalářské práce se bude zabývat praktickou částí. Na základě sestaveného dotazníku v této části budou vyhodnocena data z provedeného dotazníkového šetření. Pomocí tohoto šetření bude zjištěno, jaké mají spotřebitelé povědomí o značkách kvality potravin a jak je vnímají.

Na základě výsledků dotazníkového šetření budou v poslední kapitole navržena doporučení značce „Regionální potravina,“ ale také i celkově všem značkám kvality potravin, o možnostech zvýšení či zlepšení povědomí mezi spotřebiteli.

1 Kvalita

S pojmem kvalita, nebo také často používaným synonymem „jakost,“ se můžeme setkat už v dobách před naším letopočtem. Dokládá to i patrně vůbec nejstarší definice tohoto pojmu, připisovaná Aristotelovi, se kterou se lze setkat i v soudobých filozofických slovnících (Nenadál & kol., 2008, str. 13).

V průběhu let se chápání kvality hodně změnilo a existuje mnoho definic a různých přístupů pro vymezení pojmu kvalita. Definice dle normy ČSN EN ISO 9000:2005 říká, že kvalita (jakost) je „*stupeň splnění požadavků souborem inherentních charakteristik*“ (Veber & kol., 2011, str. 19). Pro pochopení si tuto definici dále rozebereme podrobněji. Slovo „stupeň“ znázorňuje měřitelnou kategorii kvality, u které jsme schopni rozlišit určitou úroveň, „požadavky“ představují kombinaci požadavků zákazníků (např. jejich očekávání od výrobku či služby) a „inherentní charakteristika“ znázorňuje určitý znak výrobku či služby, který je typický pro daný produkt (např. svítivost u žárovky či výkon motoru) (Nenadál & kol., 2008, str. 14).

Kvalita může být tedy často určována a spojována s potřebami a požadavky zákazníků, kdy názor na kvalitu si vytváří zákazník na základě užítku, který mu daný produkt poskytl. Mezi kritéria kvality výsledného produktu můžeme řadit:

- kvalitu projektu (koncepce, návrh produktu),
- jakost všech navazujících procesů (zásobování, výroba či poskytování služby, balení, manipulace, skladování, doprava, instalace, servis),
- jakost použitých zdrojů v procesech,
- jakost firmy, která produkt nabízí (Veber & kol., 2011, str. 20).

Můžeme říct, že kvalita jednotlivých výrobků či služeb se může lišit podle různých požadavků zákazníků na jejich kvalitu.

1.1 Kvalita potravin

Pojem „kvalita potravin“ zahrnuje celou řadu vzájemně na sebe propojených a různě navazujících aspektů ať už přímo či nepřímo. Jedná se tedy o multikriteriální parametr, který zahrnuje hygienické, technologické, sensorické, nutriční a informační aspekty. Kvalita potravin je také jedním z klíčových parametrů jednotlivých potravin, která je tvořena a ovlivňována v celém průběhu potravinového řetězce. I když je kvalita potravin velice rozsáhlým pojmem, patří mezi její nejzákladnější podmínky bezpečnost a hygiena. Výrobky, které nesplňují tyto dva základní podklady nemohou být z hlediska legislativního oprávnění uvedeny do oběhu. Kvalita potravin je také úzce spojená s bezpečností výživy či ovlivňováním zdraví spotřebitele, ale také s jeho preferencemi a stravovacími návyky (Valenta, Hladík, & kol., 2011, str. 13).

Hlavní důležité aspekty při hodnocení kvality potravin:

- **Nutriční či fyziologická hodnota** – zahrnuje nutričně žádoucí složky potravin (např. sacharidy, proteiny, obsah vitamínů či tuky), a nutričně nežádoucí látky (např. pesticidy, nitráty a těžké kovy, patogenní organismy či alergenů). Při změně životního stylu, která v současné době probíhá, je obzvláště důležité zajištění fyziologicky adekvátní stravy pro spotřebitele.
- **Senzorická kvalita** – je dána vzhledem neboli tvarem, barvou, chutí, vůní konzistencí a aromatem.
- **Funkční vhodnost** – má za úkol určit, zda je produkt vhodný pro komerční, domácí či průmyslové účely. Důležitými kritérii funkční vhodnosti je například vaření, smažení, cena či doba přípravy. V dnešní době je obzvláště důležité vyrábět a dodávat potraviny na trh s nutriční hodnotou, která odpovídá současným vědeckým poznatkům o výživě.
- **Kvalita zpracování** – informuje o množství přidaných látek, které jsou použity při výrobě potravin (např. aditiva, enzymy či mikroorganismy).
- **Právní kvalita** – je dána standardy, které potraviny musí splňovat. Tyto standardy jsou dány určitými legislativními předpisy.

- **Kvalita celého procesu** – hodnotí vliv produkce potravin na životní prostředí a zahrnuje různé komponenty jako je využití zdrojů, kvalita vody, emise či ochrana zvířat.
- **Vnitřní kvalita** – popisuje atributy, které nemohou být změřeny vědeckou metodou a hodnotí potraviny jako součásti většího celku (Valenta, Hladík, & kol., 2011, stránky 13-14).

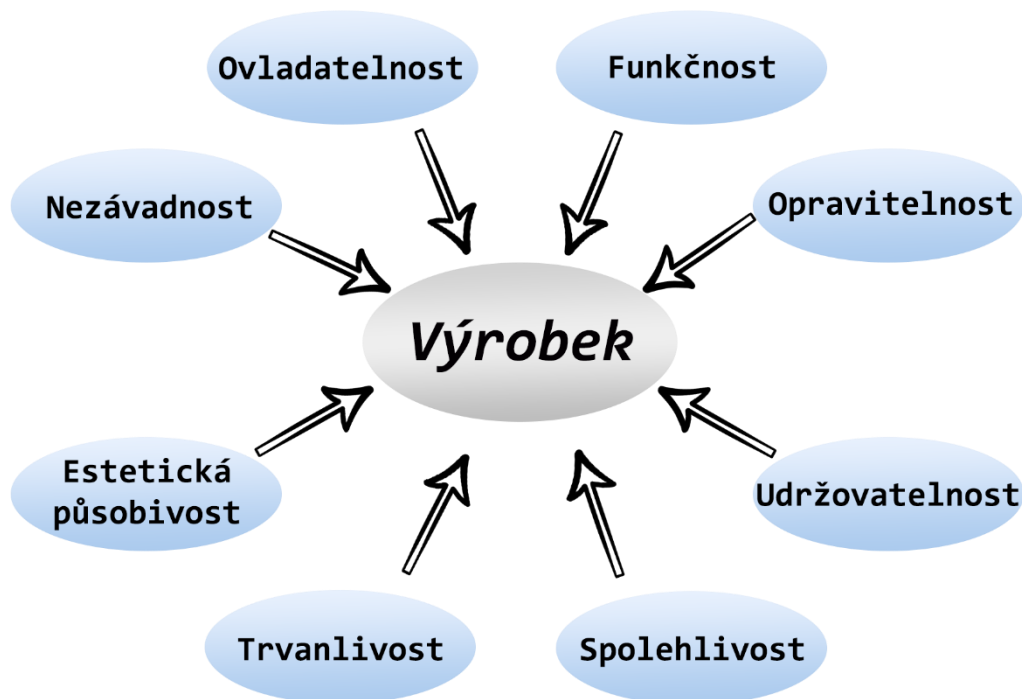
V posledních desetiletích se strava a potraviny staly pro velkou část obyvatelstva cenově dostupnými a jsou stále spojovány s bezpečností, požitkem a zdravím. Důsledkem zabezpečení kvality potravin a jejich zdravotní nezávadnosti či zajištění dostatečného množství zdravotně prospěšných potravin na trhu je to, jak se lidé zdravě stravují, a proto je velice důležitá podpora zájmu spotřebitelů. Trend, který úzce souvisí s kvalitou potravin je inovace potravinářských výrobků. To neznamena jen pouhé zavádění nových výrobků na trh, ale měla by být i ukazatelem zlepšení kvality a také by měla vést ke zvýšení produktivity a ekonomického růstu (Valenta, Hladík, & kol., 2011, stránky 14-15).

Požadavky na vlastnosti hmotných produktů:

- **Funkčnost** – každý produkt je vyráběn za konkrétním účelem. Požadavky na základní funkce produktů se neustále mění a se vzrůstajícími nároky zákazníků se rozšiřuje i soubor představ o jejich plnění.
- **Estetická působivost** – je přiřazována ke každému produktu jako vnější forma, reprezentovaná tvarovým řešením, barevností či vzhledovou působivostí. Estetická působivost hraje u každého produktu jinou úlohu a také je často označována jako „design.“
- **Nezávadnost** – díky rostoucí odpovědnosti spotřebitelů i celé společnosti se zesilují požadavky na zdravotní nezávadnost, hygienickou nezávadnost, bezpečnost ale i na ekologickou vhodnost. Jedná se převážně o požadavky, u jejichž splnění se nemůžeme předem přesvědčit, a proto jsou i zájmy státu o jejich zabezpečení zakotveny v právních předpisech.

- **Ovladatelnost** – tento požadavek není vhodné podceňovat. Produkt by neměl zatěžovat svého uživatele vysokými nároky na jeho fyzické i psychické schopnosti. Výsledkem může být celková pohoda a spokojenost, ale i stres či nespokojenost někdy doprovázen i ohrožením bezpečnosti.
- **Opravitelnost a udržovatelnost** – tyto požadavky jsou u různých produktů specifické a zákazníci vesměs vyžadují, aby jejich údržba byla snadná a jednoduchá, případně žádná.
- **Spolehlivost** – představuje schopnost produktu vykonávat veškeré jeho funkce v jakémkoliv okamžiku, aniž by nastal nějaký problém a v současnosti je považována u zákazníků za samozřejmou.
- **Trvanlivost** – při nákupu produktu má zákazník zcela konkrétní představu o jeho životnosti (Veber & kol., 2011, str. 23).

Obr. 1.1: Požadavky na kvalitu produktu



Zdroj: Veber a kol. (2011, str. 22), zpracováno autorkou

1.2 Požadavky na označování potravin

Z hlediska označování potravin existují různé požadavky na tzv. potraviny „balené“ (ty jsou umístěny do obalu u výrobce potraviny či v balírně), „zabalené“ (jsou umístěné v obalu za nepřítomnosti spotřebitele jinde než u výrobce či v balírně) a „nebalené.“ Podrobně zpracovaná pravidla na označování jsou zpracována především pro balené potraviny (Suková, 2014, str. 8).

Obecně platí, že informace uvedené na potravinách nesmějí být zavádějící (např. z hlediska vlastností, charakteristiky či nahrazování běžně přítomných složek). Dále také musí být informace o potravine přesné, jasné a spotřebitelům snadno srozumitelné. Například etiketa musí být provedená tak, aby nedošlo k uvedení průměrného spotřebitele v omyl, s ohledem na složení takto označeného výrobku. Zároveň také vyobrazení na etiketě musí zabezpečit, aby spotřebitel mohl vnímat grafický prvek ovoce, který je na ni umístěný, pouze jako bližší popis možné příchutě, a ne jako samostatnou složku tohoto výrobku (např. ovoce, ovocné šťávy) (Chýlková, 2016, stránky 53-56).

Je také dáno, že povinné údaje musí být umístěny na viditelném místě a nesmějí být žádným způsobem skryty, zastřeny a ani přerušeny jiným textem či vyobrazením nebo také jiným zasahujícím materiálem a nesmí od nich být odvedena pozornost. Pro některé údaje je také stanoveno povinné umístění v určitém zorném poli (např. název potraviny, čisté množství nebo výživové údaje) (Suková, 2014, stránky 9-10).

1.2.1 Název potraviny

U názvu potraviny v zásadě platí, že musí být použit takový, aby si spotřebitel nemohl jeho význam nesprávně vyložit. Název potraviny také musí být doprovázen dalšími údaji (například o určitém způsobu úpravy), pokud již takové informace nevyplývají z názvu nebo z charakteru potraviny, aby takové opomenutí nemohlo vést kupujícího v omyl. Platí například, že výraz „rozmrazeno“ musí být u potraviny, která byla před prodejem zamrazena a je prodávána v rozmrazeném stavu. Výraz „přísady používané jako náhrada“ musí být uvedeny v těsné blízkosti názvu potraviny v případě, že je jinou složka nahrazena určitá složka, která se v daném výrobku běžně používá anebo se v něm běžně vyskytuje (Suková, 2014, str. 13).

Pro některé druhy výrobků jsou v právních předpisech (národních i Evropské unie) někdy stanoveny definice určitých názvů u kterých platí, že tyto názvy lze použít pouze při splnění určitých charakteristik. Např. termín „mléko“ může být použit pro produkty mléčné žlázy, termín „hořká čokoláda“ pro produkty, které obsahují minimálně 18 % kakaového másla a 35 % celkové kakaové sušiny anebo termín „špekáčky“ pouze pro výrobky vyrobené z hovězího, telecího či vepřového masa, ale nikoli s použitím strojně odděleného masa. Mezi název výrobku se ve smyslu nařízení nepočítá obchodní značka, název chráněný jako duševní vlastnictví či smyšlený název (Suková, 2014, str. 14).

1.2.2 Seznam složek

Převážně na zadních stranách výrobků je umístěn nadpis „složení.“ Za ním se vždy uvádějí všechny složky, které výrobek obsahuje a které jsou seřazeny sestupně podle hmotnosti stanovené v okamžiku jejich použití při výrobě výrobku. Uvádějí se samozřejmě hlavní potraviny, ale i přídatné látky, aroma, nutriční faktory jako vitamíny, minerální látky či aminokyseliny. Tyto složky jsou označené svým specifickým názvem, případně skupinovým názvem a v některých případech může být za skupinovým názvem uveden výčet druhů. Na rozdíl od ostatních složek se přidaná voda nebo různé sušené složky uvádějí v seznamu sestupně v pořadí podle jejich hmotnosti v konečné podobě výrobku. Určité potraviny, které nejsou vyžadovány v uvedení seznamu složek jsou například sycené vody, čerstvé neupravené ovoce a zelenina či sýry, máslo a smetana (Suková, 2014, str. 15).

1.2.3 Datum použitelnosti a trvanlivost výrobku

Datum použitelnosti a minimální trvanlivosti vymezuje maximální dobu, po kterou si výrobek zachovává své specifické vlastnosti a splňuje podmínky pro zdravotní nezávadnost. **Datum použitelnosti** je používán převážně u výrobků podléhajících rychlé zkáze. Tento termín je na každém výrobku nejčastěji uveden pod výrazem „Spotřebujte do...“ a zde je uvedeno buď přímo datum, nebo odkaz na místo, kde je datum uvedeno. Za tímto údajem musí být samozřejmě uvedeny podmínky pro uchování výrobku (Suková, 2014, stránky 17-18; Michalová, 2006, str. 11).

Datum trvanlivosti výrobku se uvádí převážně slovy „minimální trvanlivost do...“ a k tomuto se připojí buď přímo datum, nebo také odkaz na místo, kde je datum na výrobku uvedeno. Pokud je to pro zachování výrobku důležité, uvádí se za tímto datem i podmínky pro uchovávání výrobku. Výrobky mohou být prodávány i po datu minimální trvanlivosti, ale musí splňovat požadavek na zdravotní nezávadnost a musí být nabízen odděleně a se zřetelnou informací o uplynutí data minimální trvanlivosti (Suková, 2014, stránky 17-18; Michalová, 2006, str. 11).

1.2.4 Původ

Podle nařízení Evropské unie je povinnost uvést zemi původu nebo místa, kde byl výrobek vyroben, v případě používání chráněných zeměpisných označení, dále také u některých vinařských produktů, v případě nezpracovaného ovoce, zeleniny či brambor nebo také v případě vajec. Podle těchto nařízení je uvedení země původu povinné, především pokud by opomenutí tohoto údaje mohlo uvést spotřebitele v omyl, hlavně pokud by ostatní informace na výrobku naznačovaly, že by výrobek mohl být z jiné země původu. Název či obchodní firma na etiketě nezajišťuje podle nařízení údaj o zemi původu (Suková, 2014, str. 19).

2 Bezpečnost potravin v ČR

Zdravotní nezávadnost a bezpečnost potravin se stala legislativní povinností zejména pro výrobce potravin, distributory a prodejce. V dnešní době toto spotřebitelé berou jako jakousi samozřejmost a tyto skutečnosti vedou spotřebitele k tomu, že se stále více kromě ceny začínají hlouběji zajímat o kvalitu výrobků. Dalším požadavkem na změnu trhu, v souvislosti se zvýšeným zájmem spotřebitelů o bezpečnost potravin, je skutečnost, že výživa hraje klíčovou roli ve zdravém vývoji a dlouhověkosti obyvatel. Bezpečnost potravin hraje velmi významnou roli v souvislosti s kvalitou potravin. Zajištění bezpečnosti potravin je nezbytným předpokladem zdravé stravy a v zájmu ochrany spotřebitele musí všechny potravinové produkty splňovat předpisy, které se týkají bezpečnosti potravin a případných nežádoucích dopadů na zdraví zákazníka. Za bezpečné potraviny jsou považovány především zdravotně nezávadné produkty (Valenta, Hladík, & kol., 2011, stránky 11-12).

Základy systému bezpečnosti potravin byly v České republice založeny již v roce 2001, kde byl usnesením vlády České republiky č. 1320 přijat historicky první strategický dokument v oblasti bezpečnosti potravin (Strategie zajištění bezpečnosti potravin v ČR). Politika bezpečnosti potravin pracuje s principem tzv. analýzy rizika, které zahrnuje tři základní vzájemně propojené prvky, a to hodnocení rizika, řízení rizika a komunikaci o riziku. V České republice je systém bezpečnosti potravin koordinován převážně Ministerstvem zemědělství a zdravotnictví, kteří spolupracují s dalšími ministerstvy a jinými organizacemi státní správy. Mezi základny hodnocení rizik můžeme zařadit nezávislé státní i nestátní výzkumné ústavy spolu s vysokými školami a univerzitami. Nevládní organizace, profesní a spotřebitelská sdružení hrají zase důležitou roli v procesu komunikace o riziku. Na úrovni Evropské unie byl pro potřeby hodnocení rizik zřízen Evropský úřad bezpečnosti potravin, který poskytuje Evropské komisi a dalším orgánům Evropské unie vědecky podložené informace nezbytné pro jejich činnost a rozhodování (Ministerstvo zemědělství, 2010).

Výroba bezpečných a zdravotně nezávadných potravin zahrnuje rozsáhlý proces od pěstování plodin, chovu zvířat, následnou výrobu a distribuci, až po jejich konečnou spotřebu. Hlavním předpokladem pro bezpečné a kvalitní potraviny je cílené sledování nežádoucích látek jak v konečných produktech, tak i v použitých surovinách při výrobě. Právě z tohoto důvodu je velice důležitá kontrola i těch složek životního prostředí, které mohou ovlivnit výchozí surovinu pro výrobu daného produktu, a tudíž i konečný výrobek. Hlavním úkolem pro udržení důvěry spotřebitelů z hlediska bezpečnosti potravin by do budoucna mělo být nejen zachování vysokých standardů bezpečnosti potravin, ale i zajištění vhodné komunikace se spotřebiteli na takové úrovni, aby bylo vyloučeno klamání spotřebitele (Valenta, Hladík, & kol., 2011, stránky 12-13).

2.1 Legislativní úprava bezpečnosti potravin v ČR

Tato podkapitola se bude věnovat bezpečnosti potravin z hlediska legislativní úpravy. Protože zákonů, vyhlášek a různých nařízení souvisejících s bezpečností potravin je veliké množství, uvedeme si v této podkapitole jen ty nejdůležitější. Mezi ně patří zákon o ochraně spotřebitele, zákon o potravinách a tabákových výrobcích a zákon o obecné bezpečnosti výrobků.

2.1.1 Zákon č. 238/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony

Tento zákon se vztahuje k prodeji výrobků a poskytování služeb na území České republiky a také stanovuje podmínky podnikání, které jsou významné pro ochranu spotřebitele. V zákoně jsou také definované a zakázané nekalé, klamavé či agresivní obchodní praktiky. Kdy např. nekalou obchodní praktikou se rozumí „*praktika, která je v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, kterému je určena, nebo který je jejím působení vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě*“ (Zákon o ochraně spotřebitele).

Dále jsou také v tomto zákoně definovány povinnosti při prodeji výrobků a služeb, úkoly veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele a sdružení spotřebitelů či jiných právnických osob k ochraně spotřebitele (Zákon o ochraně spotřebitele).

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

V tomto zákoně jsou upraveny zejména povinnosti podnikatelů při výrobě a dovozu potravin a tabákových výrobků, dále také povinnosti při uvádění potravin a tabákových výrobků na trh či jejich přepravě. Potravinou se rozumí „*látka určená ke spotřebě člověkem v nezměněném nebo upraveném stavu jako jídlo nebo nápoj, nejde-li o léčiva a omamné nebo psychotropní látky; za potravinu podle tohoto zákona se považují i přídatné látky, látky pomocné a látky určené k aromatizaci, které jsou určeny k prodeji spotřebiteli za účelem konzumace*“ (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích).

Dále jsou zde také definované možné přestupky a určena výše pokut, při nedodržení zákona.

2.1.3 Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů

Tento zákon uvádí, že výrobci, dovozci a distributoři mají povinnost uvádět na trh pouze bezpečné výrobky. Bezpečným výrobkem podle tohoto zákona je „*výrobek, který za běžných nebo rozumně předvídatelných podmínek užití nepředstavuje po dobu stanovenou výrobcem nebo po dobu obvyklé použitelnosti nebezpečí, nebo jehož užití představuje pro spotřebitele vzhledem k bezpečnosti a ochraně zdraví pouze minimální nebezpečí při užívání výrobku...*“ Spotřebitel společně s výrobkem musí obdržet dokumentaci, tj. návod na montáž, používání, údržbu či likvidaci výrobku v českém jazyce (Zákon o obecné bezpečnosti výrobků).

2.2 Organizace zajišťující bezpečnost potravin

Státní organizace a instituce financované státem přispívají k zajištění bezpečnosti převážně tvorbou legislativy, průběžnou a důslednou kontrolou zdravotní bezpečnosti a kvality, dlouhodobým sledováním (monitoringem) výskytu cizorodých látek, aplikací vědeckých stanovisek do praxe a informováním a vzděláváním spotřebitelů o zacházení s potravinami (Potravinyinfo.cz, 2020).

2.2.1 Ministerstvo zemědělství

Toto ministerstvo zajišťuje koordinaci systému bezpečnosti potravin a také dozor nad produkcí potravin a krmiv. Z hlediska bezpečnosti potravin zde figurují dozorové orgány a vědecké výbory.

Dozorové orgány

- **Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI)** – má za úkol dohlížet na bezpečnost a zdravotní nezávadnost potravin neživočišného původu a chránit spotřebitele před klamavě označenými produkty. Dále vykonává státní dozor při výrobě a uvedení potravin do oběhu a nad ohlášením zásob. Také vykonává dozor u vstupního místa potravin a surovin rostlinného původu ze třetích zemí do České republiky.
- **Státní veterinární správa (SVS)** – vykonává dozor nad zdravím zvířat a nad zdravotní nezávadností potravin živočišného původu. Provádí veterinární prohlídku jatečných zvířat před poražením a jejich masa a orgánů po poražení. Provádí také státní dozor u výroby, přepravy, skladování, vývozu a dovozu surovin a potravin živočišného původu anebo také při prodeji potravin tohoto původu na trzích a tržnicích.
- **Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (ÚKZÚZ)** – vykonává státní dozor v oblasti vstupů do zemědělské výroby, zejména úřední kontrolu oběhu hnojiv, krmiv, pesticidů, osiv a odrůd pěstovaných rostlin. Dále také vykonává dozor například nad systémem ekologické a integrované produkce.
(Potravinyinfo.cz, 2020; Ministerstvo zemědělství, 2018; Ministerstvo zemědělství, 2014).

Vědecké výbory (VV)

- **VV potravin** – hodnotí zdravotní rizika a zabývá se komunikací o riziku v oblasti zdravotní nezávadnosti potravin.
- **VV veterinárního lékařství** – zabývá se oblastmi, které zahrnují především oblasti zdraví zvířat, pohodu zvířat, hygienu provozu či nezávadnost živočišných produktů.
- **VV výživy zvířat** – tento výbor se zabývá různými okruhy problému jako je například kvalita krmiv, krmná aditiva, vedlejší produkty ve výživě zvířat či aktuální otázky ve výživě zvířat s dopadem na bezpečnost potravního řetězce.
- **VV fyto-sanitární a životního prostředí** – tento výbor má za úkol sběr informací, analýzu a predikci problémů v oblasti bezpečnosti potravin, které mají určitou návaznost na problémy v zemědělské výrobě či problémy, které vznikají důsledkem narušeného životního prostředí.
- **VV geneticky modifikované potraviny a krmiva** – se věnuje problémům v souvislosti s hodnocením bezpečnosti GM potravin a krmiv (Valenta, Hladík, & kol., 2011, str. 21).

Ministerstvo zemědělství zodpovídá převážně za problematiku veterinární a fyto-sanitární. Figuruje v oblasti výživy a pohody zvířat a zodpovídá za procesy, které mají souvislost s výrobou či označováním potravin a krmiv. Dále zodpovídá za problematiku uvádění geneticky modifikovaných potravin a krmiv na trh. Zabývá se také otázkami bezpečnosti vstupů při výrobě, distribuci, používání a skladování potravin a krmiv. Oblast ochrany zvířat vztahující se i na zacházení se zvířaty, spadá také do odpovědnosti tohoto ministerstva. V této oblasti se převážně jedná o ošetřování, výživu a napájení zvířat, o hygienu jejich prostředí, šlechtění, plemenitbu a rozmnožování (Ministerstvo zemědělství, 2014).

2.2.2 Ministerstvo zdravotnictví

Ministerstvo zdravotnictví v souvislosti s bezpečností potravin hodnotí zdravotní rizika a dále také vykonává dozor nad veřejným stravováním. Na základě zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví je zřízena funkce hlavního hygienika a dále také příspěvková organizace Státní zdravotní ústav (SZÚ).

Z hlediska bezpečnosti potravin jsou v rámci SZÚ zastoupena také dvě centra:

- **Centrum epidemiologie a mikrobiologie SZÚ (CEM)** – hlavní náplní jsou informace o epidemiologické situaci v ČR, které vycházejí z hlášení infekčních onemocnění, včetně infekcí z potravin.
- **Centrum hygieny potravinových řetězců SZÚ (CHPŘ)** – zabývá se otázkami bezpečnosti potravin a aplikovanou výživou (Ministerstvo zemědělství, 2018).

Toto ministerstvo odpovídá převážně za oblast stravovacích služeb a předmětů či materiálů, které přicházejí do styku s potravinami. Z hlediska výroby a spotřeby potravin je zodpovědné za stanovování určitých požadavků na potraviny v různých oblastech (např. mikrobiologická, pomocné a přídatné látky, látky určené k aromatizaci potravin, rezidua pesticidů a veterinárních léčiv v potravinách, kontaminanty či podmínky ozařování potravin). Je to národní kompetentní orgán pro oblast doplňků stravy, potravin nového typu, potravin pro zvláštní výživu a zdravotních tvrzení při označování potravin. Dále také zajišťuje různé příčiny poškození či ohrožení zdraví i v oblastech výroby a uvádění potravin do oběhu (Ministerstvo zemědělství, 2014).

2.2.3 Ministerstvo životního prostředí

Toto ministerstvo má především za úkol vrchní dozor ve všech otázkách ohledně životního prostředí. Z hlediska bezpečnosti potravin zahrnuje tyto subjekty:

- Česká inspekce životního prostředí (ČIŽP) – úkolem je dozor nad respektováním zákonných norem v oblasti životního prostředí.
- Český ekologický ústav (ČEÚ) – zahrnuje oddělení enviromentálních rizik a monitoringu (OERM) a také agenturu EMAS (systém řízení podniků a auditů z hlediska ochrany životního prostředí) a úkolem je sledování, řízení a postupné snižování dopadu činnosti podniků na životní prostředí (Ministerstvo zemědělství, 2018).

Je zodpovědné za řízení jednotného informačního systému o životním prostředí, včetně plošného monitoringu životního prostředí. Přípravuje a aktualizuje právní předpisy, které se týkají nebezpečných chemických látek a směsí, a provádí správu v nakládání s geneticky modifikovanými organismy (Ministerstvo zemědělství, 2014).

2.2.4 Ministerstvo průmyslu a obchodu

Hlavním úkolem Ministerstva průmyslu a obchodu je odpovědnost za zajištění fungování mezinárodního výstražného systému RAPEX (rychlý informační systém o nebezpečných nepotravinářských výrobcích), který upozorňuje spotřebitele na výrobky, které by mohli ohrozit jejich bezpečnost a zdraví. Zástupcem tohoto ministerstva pro bezpečnost potravin je Česká obchodní inspekce (ČOI), která je orgánem státní správy a jejím úkolem je kontrola dodržování podmínek stanovených k zabezpečení kvality (jakosti), zdravotní nezávadnosti a bezpečnosti výrobků a služeb a poskytování řádných informací o nich (Ministerstvo zemědělství.cz, 2018; Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2020).

2.2.5 Státní úřad pro jadernou bezpečnost (SÚJB)

Z hlediska svých kompetencí tento úřad na základě Zákona č. 18/1997 Sb. (atomový zákon), koordinuje radiační ochranu České republiky, která zahrnuje i sledování radioaktivní kontaminace potravin v České republice prostřednictvím radiační monitorovací sítě (Ministerstvo zemědělství, 2018).

V rámci činnosti celostátní radiační monitorovací sítě je zodpovědný za stanovení maximálních přípustných úrovní radioaktivní kontaminace potravin. Dále také odborně usměrňuje ostatní sledování či vyhodnocování radioaktivní kontaminace potravin (Ministerstvo zemědělství, 2014).

2.2.6 Nevládní organizace

Z hlediska bezpečnosti potravin jsou zde zastoupené také níže vypsané nevládní organizace:

- Potravinářská komora – zastupuje zájmy výrobců potravin, nápojů a zpracovatelů zemědělské produkce v ČR a pro tyto výrobce vydává odborné publikace a organizuje odborné akce (např. školení), které se týkají zajišťování bezpečnosti potravin.
- Agrární komora – zastupuje zájmy podnikatelů převážně v zemědělské produkci.
- Zemědělský svaz – obhajuje a prosazuje zájmy svých členů v oblasti produkce, odbytu a zhodnocování zemědělské produkce.
- Svaz obchodu a cestovního ruchu (SOCR) – zastupuje zájmy obchodu.
- Spotřebitelské organizace – zastupují a hájí zájmy spotřebitelů a posilují postavení spotřebitelů na trhu (Ministerstvo zemědělství, 2018).

3 Značky kvality

Na českém trhu se v současné době vyskytuje velké množství značek kvality potravin. Mezi spotřebiteli jsou produkty, které jsou označeny logem některé ze značek kvality, často vnímány jako kvalitnější než ostatní produkty bez tohoto označení, jež jsou na trhu nabízeny. Toto označení je také zárukou původu, že daný produkt byl vyroben na území České republiky a také, že daný produkt splnil určité podmínky pro udělení určité značky kvality.

V této kapitole si stručně představíme nejznámější značky kvality potravin v České republice, a to evropské, národní a regionální. Jedná se tedy o značky Klasa, Regionální potravina, Česká potravina a BIO. Regionální potravina bude věnována i následující kapitola vzhledem k vyššímu zaměření na tuhle značku kvality v rámci této práce.

3.1 Klasa

Národní značka kvality Klasa je udělována Ministerstvem zemědělství už od roku 2003 a vychází z Národního programu podpory potravin. Toto označení mohou nést pouze ty nejkvalitnější potravinářské a zemědělské produkty, protože je udělována prověřeným výrobkům, které splňují nadstandardní kvalitativní a bezpečnostní kritéria a jsou stoprocentně zpracovány v České republice a pocházejí z tuzemských surovin. Produkty označené touto značkou slouží spotřebitelům k lepší orientaci na trhu při identifikaci výjimečně kvalitních produktů v porovnání s běžně dostupnými konkurenčními produkty (SZIF.cz, 2013).

Obr. 3.1: Logo Klasa



Zdroj: SZIF.cz (2013)

Mezi **obecné podmínky** udělení značky patří to, že žadatelem musí být fyzická či právnická osoba, která je provozovatelem potravinářského podniku a je považována za výrobce. Spolu se žádostí musí žadatel předložit své identifikační údaje, výpis z Obchodního nebo Živnostenského rejstříku a jiné specifické podmínky výrobku.

Specifické podmínky pro udělení značky:

- Předložení technické dokumentace.
- Výrobek musí vykazovat kvalitativní charakteristiky, které zvyšují jeho přidanou hodnotu a zaručují jeho jedinečnost vůči ostatním výrobkům na trhu.
- Výrobek musí splňovat kvalitativní parametry stanovené právními předpisy, včetně mikrobiologického vyšetření.
- Na obalu výrobku určeného pro spotřebitele musí být uveden údaj o státu, kde byl výrobek vyroben a dále jménem a adresou výrobce (SZIF.cz, 2021a).

Značku Klasa spravuje Odbor administrace podpory kvalitních potravin Státního zemědělského intervenčního fondu (SZIF). Je udělována ministrem zemědělství na dobu tří let na základě hodnocení Hodnotitelské komise, která je složena z řad odborníků v oblasti potravinářství (marketingoví odborníci delegovaní Potravinářskou komorou ČR a Agrární komorou ČR jmenovaní ministrem zemědělství a předsedá jí náměstek ministra pro potravinářskou výrobu). V současné době nese toto ocenění 936 produktů od 242 českých a moravských výrobců (eKlasa.cz,2021; Michalová, 2006, str. 28).

3.2 Regionální potravina

Značka Regionální potravina je udělována také Ministerstvem zemědělství a na českém trhu působí od roku 2009. Je udělována nejkvalitnějším zemědělským nebo potravinářským výrobkům, které zvítězí v krajských soutěžích (Regionálnípotravina.cz, 2021).

Více informací o této značce bude popsáno v následující kapitole.

3.3 Česká potravina

Značkou Česká potravina si mohou výrobci potravinářských produktů označit ty výrobky, které splňují základní podmínky pro udělení této značky. Tou první podmínkou je místo výroby a tím musí být Česká republika. Druhou podmínkou je určitý stanovený podíl českých surovin, ze kterých musí být produkt vyroben. Jedná se tedy o značku kvality potravin, která převážně odkazuje na místo původu potravin (Ministerstvo zemědělství, 2021).

Obr. 3.2: Logo Česká potravina



Zdroj: Ministerstvo zemědělství (2021)

3.4 BIO

Značku BIO nesou potraviny, které jsou produktem ekologického zemědělství. BIO je certifikovaný systém hospodaření, který je podložen nejen národní, ale i evropskou legislativou s vlastním kontrolním systémem garantovaným ze strany státu. Označení značkou BIO mohou být ty potraviny, které splňují požadavky pro ekologické zemědělství, které jsou dané zákonem a kontrolované státem. Z hlediska označení potravin rozlišujeme dvě různá označení, a to národní a evropské logo (SZIF.cz, 2021b).

Obr. 3.3: Logo BIO – evropské



Zdroj: SZIF/ MyjsmeBio.cz (2021b)

Obr. 3.4: Logo BIO – národní (tzv. biozebra)



Zdroj: SZIF/ MyjsmeBio.cz (2021b)

Takto označené potraviny mohou být pouze ty, které jsou vyrobeny více než z 95 % bioproduktů a na kterou bylo vydáno osvědčení o biopotravině kontrolním orgánem. Pro výrobu těchto potravin se musí používat stanovené postupy, materiály či prostředky a tyto výsledné produkty musí být skladovány a přepravovány odděleně. Značka biopotraviny je zpravidla vydávána na 1 rok a ověřování těchto produktů provádí nezávislý inspekční a certifikační orgán, který je akreditovaný Českým institutem pro akreditaci. Kritéria pro hodnocení těchto výrobků posuzují celkový koncept výrobku, a to od výběru ekologických surovin až po použitý marketingový mix. Rozhodujícím faktorem je celkový dojem a potenciál uplatnění výrobku na trhu (Michalová, 2006, str. 25).

4 Regionální potravina Plzeňského kraje

Soutěž o Regionální potravinu je organizována Ministerstvem zemědělství ve všech krajích podle jednotné metodiky. Administrátorem soutěže ministerstvo pověřilo Státní zemědělský intervenční fond (SZIF), který ve spolupráci s Potravinářskou komorou spolupracuje s administrátory v jednotlivých krajích.

Obr. 4.1: Logo Regionální potravina



Zdroj: Regionálnípotravina.cz (2021)

V Plzeňském kraji se soutěž o Regionální potravinu konala poprvé v roce 2010. Zastřešující organizací je Krajská agrární komora Plzeň a partnery soutěže, kteří figurují i v její organizaci, jsou Místní akční skupina Pošumaví z. s. p. o. a Úhlava o. p. s. Významným partnerem všech ročníků soutěže je Plzeňský kraj. Podle pravidel soutěže vítězové obdrží certifikát o udělení značky, kterou mohou používat na vítězném výrobku po dobu čtyř let. Certifikát podepisuje hejtmán kraje společně s ministrem zemědělství.

Soutěž je určena malým a středním podnikům s počtem zaměstnanců do 250 osob či rodinným firmám a soutěží se celkem v devíti kategoriích. Dále musí mít soutěžící výrobu na území kraje, 70 % surovin, které jsou použity ve výrobku, musí také pocházet z daného kraje a hlavní surovina musí být 100 % tuzemského původu. Po přihlášení do soutěže jednotlivé výrobky posuzuje hodnotitelská komise, která je schválena Ministerstvem zemědělství. Členy komise jsou například pracovníci Ministerstva zemědělství, Státního zemědělského intervenčního fondu, Státní veterinární správy nebo Státní zemědělské a potravinářské inspekce. Komise nehodnotí pouze složení či senzorické vlastnosti výrobku, protože například při posuzování chuťových vlastností

může každému chutnat něco jiného. A proto tedy komise hodnotí nejdříve každý výrobek bodově a pak přistoupí k formálnímu hodnocení, což je hodnocení obalu výrobku a také hodnocení označení výrobku. Po vyhlášení výherců je administrátor soutěže povinen zajistit 10 ochutnávek na území kraje a jejich medializaci i prezentaci vítězných výrobků ve společné expozici Ministerstva zemědělství věnované regionálním potravinám na Mezinárodním agrosalonu Země Živitelka v Českých Budějovicích (Regionální potravina, 2010).

Jednotlivé kategorie soutěže:

- Masné výrobky tepelně opracované (uzené maso, šunkový salám, gothajský salám, párky, špekáčky, šunka, tlačěnka, jitrnice, slanina, grilovací klobása, uzené koleno, paštika apod.).
- Masné výrobky trvanlivé, tepelně neopracované, konzervy a polokonzervy.
- Sýry včetně tvarohu (přírodní, tavené a syrovátkové sýry a tvarohy).
- Mléčné výrobky ostatní (mléko, kysané mléčné výrobky, máslo apod.).
- Pekařské výrobky včetně těstovin (chléb, běžné pečivo, jemné pečivo, trvanlivé pečivo, těstoviny).
- Cukrářské výrobky včetně cukrovinek.
- Alkoholické a nealkoholické nápoje (s výjimkou vína z hroznu révy vinné; např. piva, lihoviny, ostatní alkoholické nápoje, šťávy, nektary, ochucené nealkoholické nápoje, minerální vody apod.).
- Ovoce a zelenina v čerstvé nebo zpracované formě (čerstvá, sušená, proslazená nebo nakládaná ovoce a zelenina, kompoty, džemy, povidla, protlaky apod.).
- Ostatní (med, lahůdkářské výrobky, skořápkové plody apod.)
(Regionálnípotravina.cz, 2020).

V roce 2020 soutěž v Plzeňském kraji sice proběhla, ale díky koronavirové krizi byl počet přihlášených soutěžních výrobků mnohem menší než za normálních okolností. Proto pro ukázkou vítězných výrobců a jejich výrobků využijeme výsledky roku 2019, které nalezneme v tabulce na další straně. V roce 2019 se do soutěže přihlásilo 38 výrobců se 106 výrobky.

Tab. 4.1: Vítězné výrobky a jejich výrobci za rok 2019

<u>Kategorie</u>	<u>Vítězný výrobek</u>	<u>Výrobce</u>
Masné výrobky tepelně opracované	Farmářský bok z Čečkovic	AB Bor, s. r. o. – Farma Čečkovice
Masné výrobky trvanlivé	Procházková výpečková pomazánka	Jaroslav Procházka
Sýry (včetně tvarohu)	Valentýn	Ing. Pavel Kvita – Farma na Losenici
Mléčné výrobky	Bio jogurtové mléko	Luděk Maruna
Pekařské výrobky	Svatební koláček tvarohový	Marie Vondrovicová – Pekárna-cukrárna
Cukrářské výrobky	Müslenky s jablky	Lenka Havlová
Alkoholické a nealkoholické nápoje	Sírup rakytníkový s malinou	Od Macháčků s. r. o.
Ovoce a zelenina	Hruška s medem	Mgr. Jaroslava Frančíková
Ostatní	Šnečí jatýrka	Jiří Studnička

Zdroj: Regionální potravina (2020), zpracováno autorkou

Oceněné výrobky nejen výrazně obohacují zdravý a hodnotný jídelníček spotřebitelů, ale také podporují lokální výrobce a pomáhají nakupujícím se orientovat na trhu. Soutěž o Regionální potravinu je významným fenoménem v propagaci regionálních potravin a obliba této soutěže neustále stoupá (Regionální potravina, 2019).

5 Vlastní výzkum

Následující kapitola se zabývá praktickou částí práce, která popisuje výsledky vlastního výzkumu. Nejdříve bude představen cíl práce a metodika výzkumu, dále plán výzkumu a sběr dat, následovat bude analýza dat a v poslední části budou formulovány výsledky dotazníkového šetření.

5.1 Cíle a metodika

Cílem této bakalářské práce je zjistit povědomí o značkách kvality potravin mezi spotřebiteli a v souvislosti s tím zjistit, jaké je povědomí značky „Regionální potravina“ mezi spotřebiteli oproti ostatním značkám. Pro zjištění potřebných informací k dosažení cíle této práce byl zvolen kvantitativní výzkum v podobě dotazníkového šetření. Výběrovým souborem pro toto dotazníkové šetření byli spotřebitelé od 18 let, jelikož od tohoto věku již nastupují na vysoké školy či začínají pracovat, takže začínají být samostatní a disponují kupní silou na trhu.

5.2 Plán výzkumu a sběr dat

Jak již bylo zmíněno výše, pro výzkum jsem zvolila metodu dotazníkovým šetřením. Dotazník jsem sestavila v únoru roku 2021 a následně proběhla pilotáž s 10 respondenty. Po pilotáži nebyla odhalena žádná chyba v dotazníku, proto tedy mohl být dotazník zveřejněn. Samotný sběr dat probíhal od 15. 3. 2021 do 25. 4. 2021.

Dotazník obsahuje celkem 20 otázek. Použity byly převážně otázky uzavřené, které respondentům nabízeli předem definované odpovědi. Dotazník také obsahoval otázky polouzavřené, které kromě předem definovaných odpovědí nabízeli možnost otevřené volby. Posledních 6 otázek dotazníku byly otázky identifikační, které byly použity pro zjištění pohlaví, věku, vzdělání, počtu členů domácnosti, příjmu domácnosti a kraje, ve kterém respondenti bydlí. Celý dotazník je možné vidět v příloze A.

Prvotní plán byl dotazník rozšířit v tištěné verzi vytvořené v MS Word v administrativní budově v Plzni. Vzhledem k současné koronavirové situaci a skutečnosti, že mnoho zaměstnanců z firem využívá možnosti práce z domova, jsem musela dotazník vytvořit i v elektronické podobě pomocí aplikace Google Docs a odkaz na dotazník rozeslat převážně e-mailem či sdílet na sociálních sítích. K získání potřebných dat jsem tedy použila, jak tištěnou, tak elektronickou formu dotazování.

V níže uvedené tabulce jsou souhrnně znázorněny výsledky sociodemografických otázek dotazníku.

Tab. 5.1: Struktura výběrového souboru

Proměnná	Procenta	Proměnná	Procenta
<u>Pohlaví</u>		<u>Velikost příjmu</u>	
Ženy	53,8	Do 10 000 Kč	0,7
Muži	46,2	10 001 – 20 000 Kč	4,9
<u>Věk</u>		20 001 – 30 000 Kč	20,3
18–25 let	25,2	30 001 – 40 000 Kč	23,1
26–35 let	20,3	40 001 – 50 000 Kč	19,6
36–45 let	21,0	50 001 a více	31,5
46–60 let	21,0	<u>Bydliště</u>	
61 let a více	12,6	Karlovarský kraj	0,7
<u>Vzdělání</u>		Plzeňský kraj	66,4
Základní	4,2	Ústecký kraj	0,7
Střední s vyučením	14,7	Středočeský kraj	7,7
Střední s maturitou	44,1	Praha	9,8
Vyšší odborné	11,9	Jihočeský kraj	4,2
Vysokoškolské	24,5	Liberecký kraj	0,7
Jiné	0,7	Královéhradecký kraj	4,9
<u>Velikost domácnosti</u>		Pardubický kraj	1,4
1 člen	15,4	kraj Vysočina	0,7
2–3 členové	58,7	Jihomoravský kraj	0,7
4 a více členů	25,9	Olomoucký kraj	1,4
		Zlínský kraj	0,7
		Moravskoslezský kraj	0,0

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

První identifikační otázka se zaměřovala na rozdělení respondentů podle pohlaví. Z celkového počtu 143 respondentů bylo 77 žen (54 %). Zbývajících 66 respondentů (46 %) byli muži.

Další otázka se zaměřovala na věk respondentů. Z grafu vyplývá, že největší zastoupení měli respondenti z kategorie 18–25 let (25 %). Dále o něco menší zastoupení měla kategorie 26–35 let (20 %), shodně po 21 % měli kategorie 36–45 let a 46–60 let. Nejmenší zastoupení měla kategorie 61 let a více, a to ze 13 %.

Respondenty bylo nutné rozlišit i podle nejvyššího dosaženého vzdělání. Nejvyšší počet respondentů dosáhl středoškolského vzdělání s maturitou (44 %). Druzí v pořadí byli respondenti s vysokoškolským vzděláním (24 %). V menším zastoupení pak byli respondenti se středoškolským vzděláním s vyučením (15 %), s vyšším odborným vzděláním (12 %) a se základním vzděláním (4 %). Jeden respondent vybral možnost otevřené volby odpovědi, protože nechtěl uvést své dosažené vzdělání.

Další otázka měla od respondentů zjistit velikost jejich domácnosti. Nejvíce respondentů žije ve 2–3členné domácnosti (59 %). V menším zastoupení respondenti žijí ve 4 a více členné domácnosti (26 %) a nejméně respondentů žije samo (15 %).

Předposlední otázka se respondentů dotazovala na měsíční příjem jejich domácnosti. S nejvyšším příjmem v rozmezí 50 001 Kč a více disponuje 31 % respondentů. Dále pak 23 % má příjem v rozmezí 30 001 – 40 000 Kč, 20 % v rozmezí 40 001 – 50 000 Kč a 20 001 – 30 000 Kč. Pouze 5 % respondentů má příjem v rozmezí 10 001 – 20 000 Kč a 1 % v rozmezí do 10 000 Kč.

Poslední otázka se zaměřovala na bydliště respondentů. Vzhledem k místu provádění výzkumu, bylo jednoznačně nejvíce respondentů z Plzeňského kraje, a to 95. Menší zastoupení měl kraj Praha (14 respondentů), Středočeský kraj (11 respondentů), Královéhradecký kraj (7 respondentů) a Jihočeský kraj (6 respondentů). Po jednom či dvou respondentech měli pak Pardubický, Olomoucký, Zlínský, Jihomoravský, Liberecký, Ústecký, Karlovarský kraj a kraj Vysočina. Z Moravskoslezského kraje nebyl zastoupen žádný respondent.

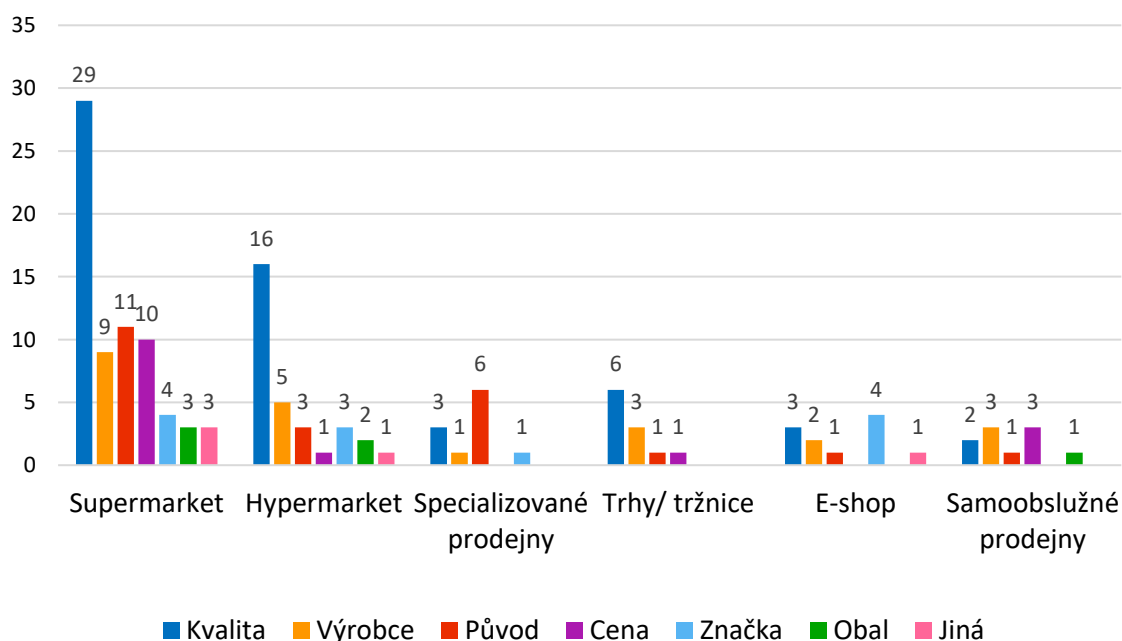
5.3 Analýza dat

Po vrácení všech dotazníků jsem zkontrolovala, zda jsou všechny správně vyplněny a zda jsou zodpovězené všechny otázky. Celkem se mi podařilo nashromáždit informace od 143 respondentů, z toho 65 dotazníků bylo v tištěné formě a zbylých 78 dotazníků v elektronické podobě. Odpovědi ze všech dotazníků jsem si následně zaznamenala do počítače. Tyto informace jsem následně vyhodnotila a pomocí programu MS Excel zpracovala do grafů.

5.4 Výsledky výzkumu

V následující části jsou zobrazeny jednotlivé grafy ze všech navrácených dotazníků a každá otázka je zde samostatně analyzována. Každý graf představuje jednu otázku a pod každým je krátké shrnutí výsledků dané otázky.

Graf č. 5.1: Kde nejčastěji nakupujete potraviny?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

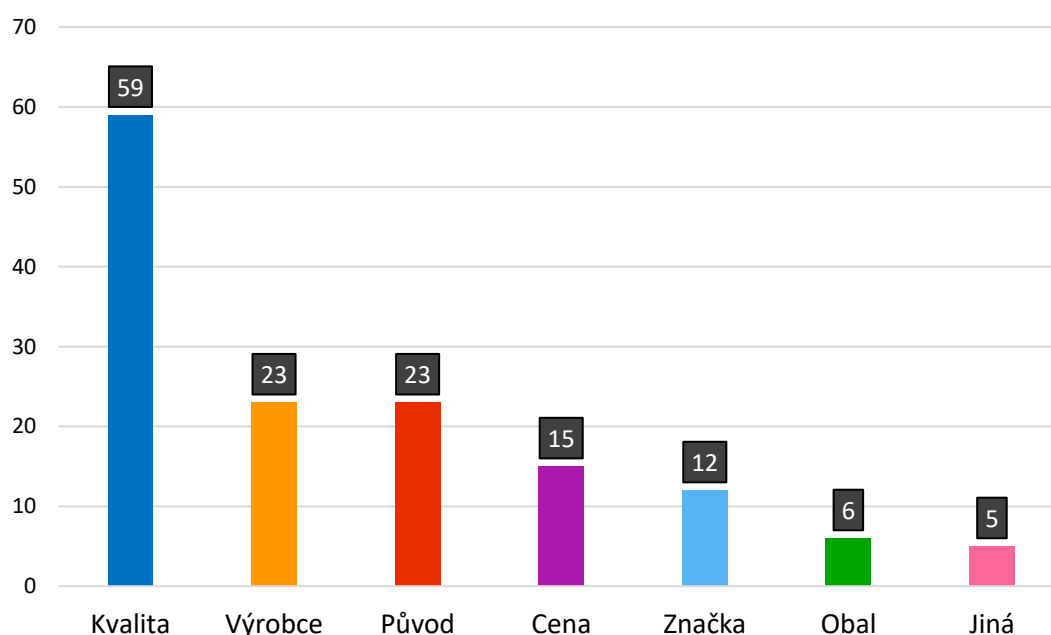
První otázka měla za cíl zjistit, kde respondenti nejčastěji nakupují potraviny. Z grafu vyplývá, že nejvíce respondenti nakupují v supermarketech, a to celkem 48 % dotázaných. Pro 29 respondentů, kteří nakupují v supermarketech je nejdůležitějším aspektem při výběru potravin kvalita. Dále pak hodně respondentů upřednostňuje původ (11 respondentů), výrobce (9 respondentů) či cenu potraviny (10 respondentů).

Další v pořadí jsou hypermarkety, kde nakupuje 21 % respondentů. Respondenti, kteří nakupují v hypermarketech uvedli, že pro více než polovinu je nejdůležitější při výběru potraviny kvalita (16 respondentů), dále pak méně respondentů upřednostňuje nejčastěji výrobce (5 respondentů), původ či značku potraviny (3 respondenti).

Ve stejném zastoupení po 8 % nakupují respondenti ve specializovaných prodejnách, na trzích či na e-shopech. Ve specializovaných prodejnách respondenti upřednostňují nejvíce při nákupu původ potraviny (6 respondentů). Na trzích a tržnicích pak dávají přednost kvalitě potraviny (6 respondentů) a při nákupech na e-shopu se rozhodují podle značky (4 respondenti).

Nejméně dotázaných respondentů nakupuje v samoobslužných prodejnách, a to 7 %. Z tohoto počtu respondentů pak nejvíce respondentů upřednostňuje při nákupu výrobce a cenu potraviny (3 respondenti).

Graf č. 5.2: Podle čeho se rozhodujete při nákupu potravin?

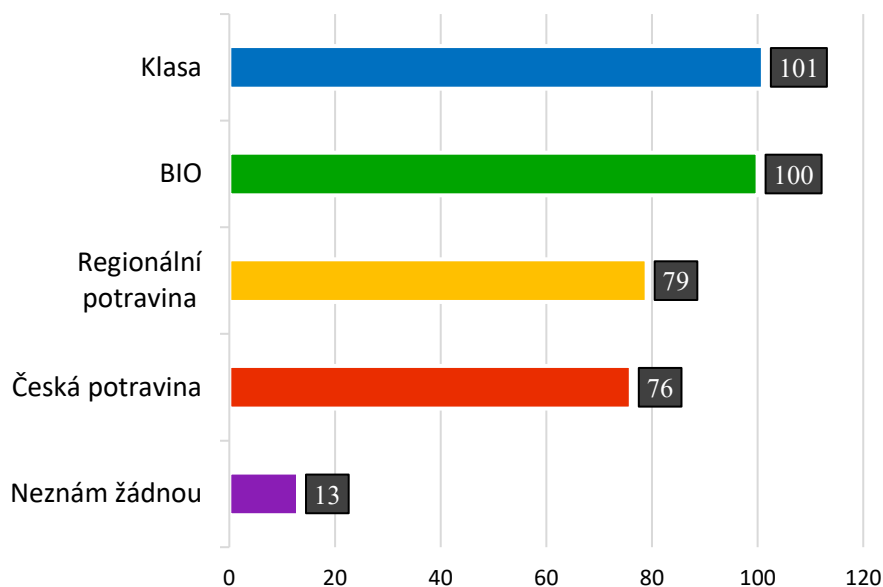


Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Smyslem této otázky bylo zjistit, podle jakého kritéria se spotřebitelé nejčastěji rozhodují při nákupu potravin. Nejvíce respondentů, přesněji 59 lidí, se rozhoduje podle kvality potraviny. Dále pak shodně 23 respondentů se zaměřuje na výrobce či původ potraviny, 15 respondentů upřednostňuje při nákupu cenu potraviny a 12 se jich pak zaměřuje na značku.

Nejméně respondentů při výběru potravin vybírají podle obalu (6 respondentů). Celkem 5 respondentů uvedlo vlastní odpověď, a to, že se rozhodují například podle složení potraviny či kombinaci kvality a ceny.

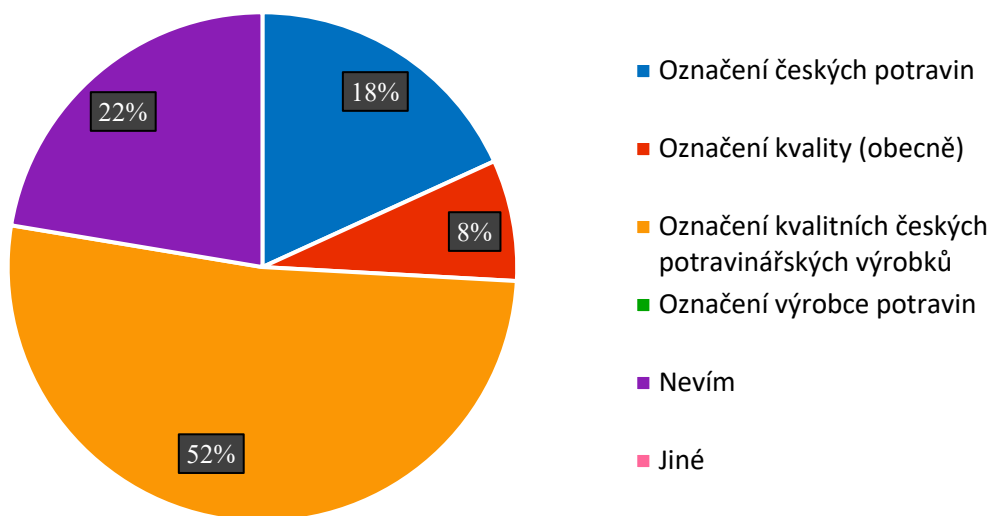
Graf č. 5.3: Které z uvedených značek kvality potravin znáte?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Tato otázka byla zaměřena na znalost značek kvality potravin mezi spotřebiteli. Jak můžeme z grafu vidět, z celkových 143 respondentů, si nejvíce respondentů vybavilo značky Klasa a BIO (101 a 100 respondentů), které jsou v dnešní době na trhu více rozšířené. Dále pak zhruba polovina respondentů si vybavila značku Regionální a Česká potravina (přesně 79 a 76 respondentů). Může tomu být proto, že výrobky se značkou Regionální potravina, se nevyskytují v běžných obchodních řetězcích. U značky česká potravina to může být z toho důvodu, že si tuto značku mohou na své výrobky uvést sami výrobci při splnění jen základních podmínek oproti ostatním značkám. Z celkového počtu respondentů pak 13 z nich neznalo žádnou ze značek.

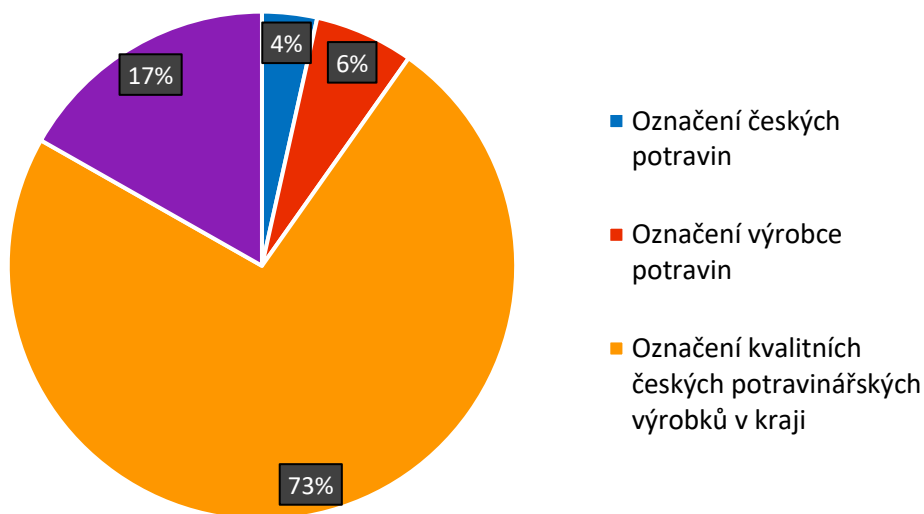
Graf č. 5.4: Víte, co garantuje národní značka kvality „KLASA“?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

V této otázce měli respondenti odpovědět, zda ví, co garantuje národní značka Klasa. Z výzkumu vyplynulo, že překvapivě jen 52 % dotázaných ví, co značka garantuje, tedy, že se jedná o označení kvalitních českých potravinářských výrobků. 22 % respondentů nevědělo, co tato značka garantuje, 18 % si myslelo, že se jedná pouze o označení českých potravin a 8 % se domnívalo, že jde jen o obecné označení kvality.

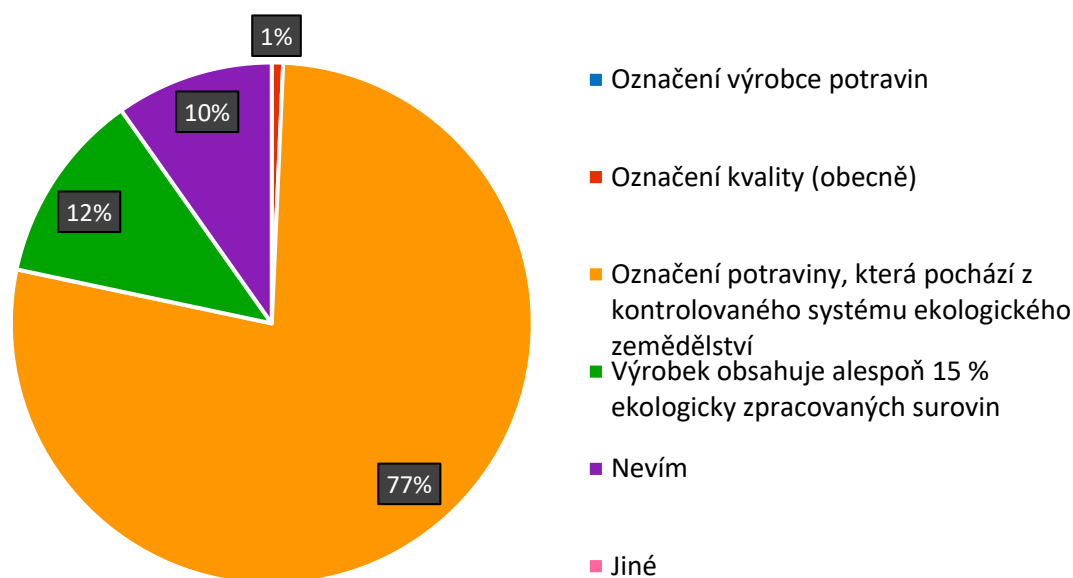
Graf č. 5.5: Víte, co garantuje značka kvality „Regionální potravina“?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Tato otázka je obdobná jako předchozí otázka jen s rozdílem, že zkoumá, zda respondenti ví, co garantuje značka Regionální potravina. Vzhledem k výsledkům znalosti značky, u této otázky většina respondentů spíše správně odhadla, že se jedná o označení kvalitních českých výrobků v kraji, a to 73 % ze všech dotázaných. Dále pak 17 % nevědělo odpověď, 6 % si myslelo, že se jedná o označení výrobce potravin a pouze 4 % se mylně domnívalo, že je jen o označení českých potravin.

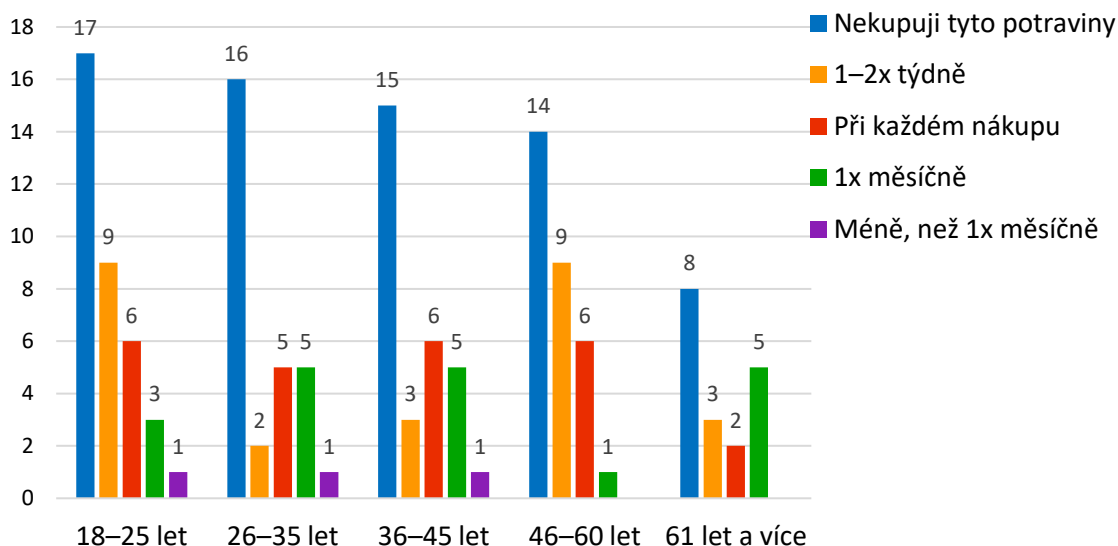
Graf č. 5.6: Víte, co garantuje značka kvality „BIO“?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Poslední obdobná otázka zjišťovala, zda respondenti ví, co garantuje značka BIO. Okolo 77 % respondentů odpovědělo správně, že se jedná o označení potraviny, která pochází z kontrolovaného systému ekologického zemědělství. 12 % dotázaných se domnívalo, že je to výrobek, který obsahuje alespoň 15 % ekologicky zpracovaných surovin, 10 % respondentů odpověď na otázku nevědělo. Pouze 1 % respondentů si mylně myslelo, že se jedná o obecné označení kvality.

Graf č. 5.7: Jak často kupujete výrobky označené těmito značkami?

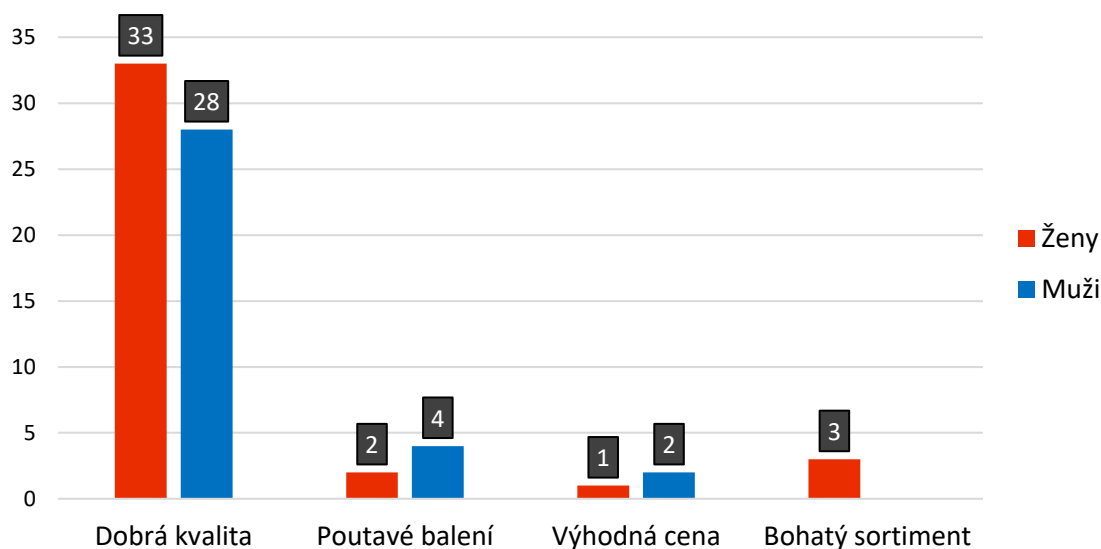


Zdroj: vlastní zpracování, 2021

V této otázce měli respondenti uvést, jak často nakupují výrobky s některým logem značky kvality, či zda je vůbec nenakupují. Skoro polovina respondentů (přibližně 49 %) uvedla, že dané výrobky vůbec nenakupuje. Z tohoto počtu je 18 respondentů zastoupeno v kategorii 18–25 let, 16 respondentů v kategorii 26–35 let, 15 respondentů v kategorii 36–45 let, 14 respondentů v kategorii 46–60 let a 8 respondentů v kategorii 61 a více let. Dalších 18 % respondentů tyto výrobky nakupuje 1–2x týdně, z toho je 9 respondentů z kategorií 18–25 let a 46–60 let, 3 respondenti z kategorií 36–45 let a 61 a více let a 2 respondenti jsou z kategorie 26–35 let.

Přibližně 17 % dotázaných uvedla, že dané výrobky nakupují při každém nákupu. Z toho je 6 respondentů zastoupeno v kategoriích 18–25 let, 36–45 let a 46–60 let, 5 respondentů v kategorii 26–35 let a 3 respondenti v kategorii 61 a více let. Dalších 13 % respondentů nakupuje takto označené výrobky přibližně 1x měsíčně a z toho po 5 respondentech jsou zastoupeny kategorie 26–35 let, 36–45 let a 61 a více let, 3 respondenti jsou z kategorie 18–25 let a 1 respondent z kategorie 46–60 let. Pouze 2 % respondentů uvedla, že tyto výrobky nakupuje méně než 1x měsíčně. Z toho jsou po 1 respondentovi zastoupeny kategorie 18–25 let, 26–35 let a 36–45 let.

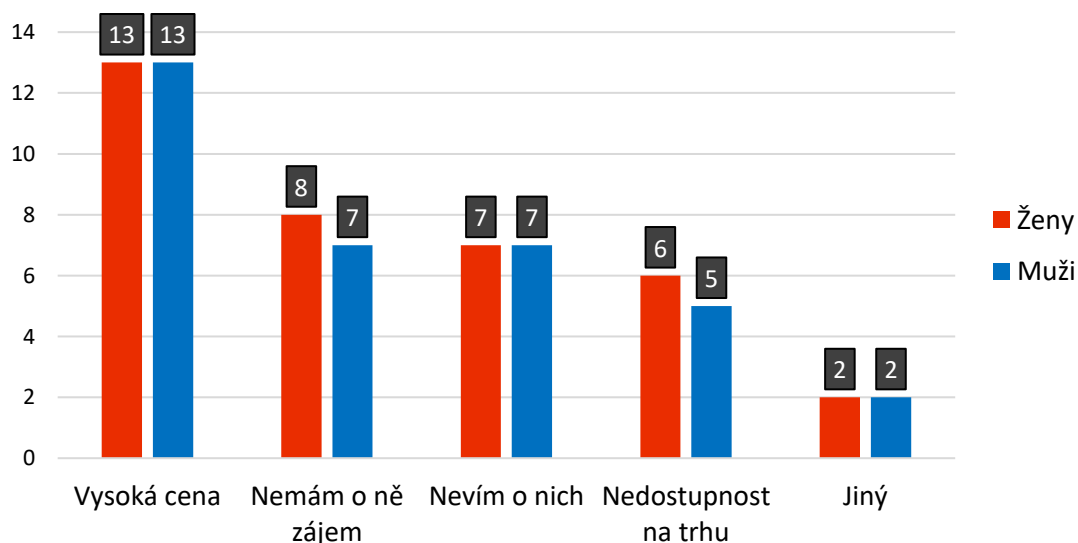
Graf č. 5.8: Z jakého důvodu upřednostňujete nákup potravin s těmito značkami?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Tato otázka byla dobrovolná a měla za cíl zjistit, z jakého důvodu spotřebitelé nakupují potraviny označené těmito značkami. Z respondentů, co uvedli, že potraviny nakupují, jich necelých 84 % tyto potraviny nakupuje především kvůli dobré kvalitě (z toho je 33 žen a 28 mužů). Dalších 8 % tyto potraviny nakupuje díky poutavému balení (z toho jsou 2 ženy a 4 muži) a shodně po 4 % respondenti tyto potraviny nakupují kvůli bohatému sortimentu (1 žena a 2 muži) či výhodné ceně (3 ženy).

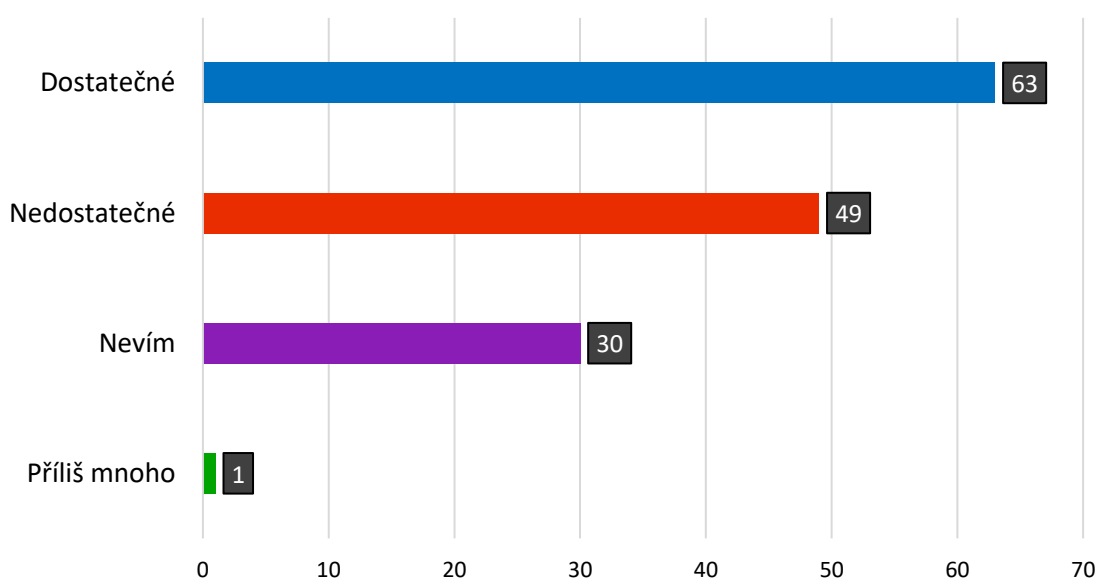
Graf č. 5.9: Pokud tyto výrobky nenakupujete, z jakého důvodu?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Tato otázka byla také dobrovolná a měla zase naopak za cíl zjistit, z jakého důvodu spotřebitelé tyto výrobky nenakupují. Z celkových 70 respondentů, co tyto výrobky nenakupuje nejvíce respondentů, přesněji 37 % uvedlo, že takto označené výrobky nenakupují kvůli vysoké ceně těchto výrobků (shodně 13 žen a mužů). Dalších 21 % respondentů nenakupuje takto označené výrobky, protože o ně nemá zájem (z toho je 8 žen a 7 mužů). 20 % dotázaných uvedlo, že výrobky nenakupuje z důvodu, že o nich vůbec neví (shodně 7 žen a mužů), necelých 16 % respondentů tyto výrobky nenakupuje kvůli nedostupnosti na trhu (6 žen a 5 mužů). Zhruba 6 % respondentů zvolilo vlastní možnost odpovědi, kdy nejčastěji uváděným důvodem bylo špatné složení výrobků anebo tyto výrobky nakupují nevědomě (shodně 2 ženy a muži).

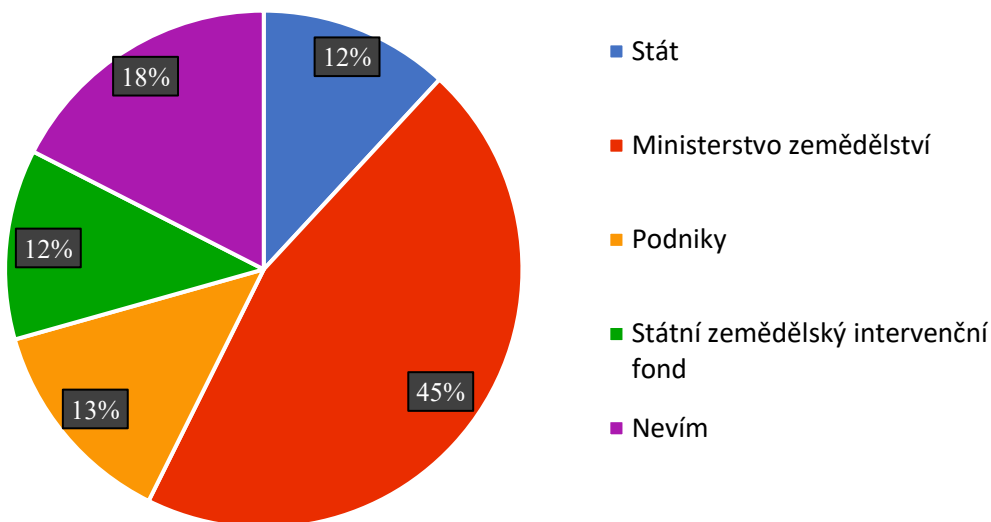
Graf č. 5.10: Jaké množství výrobků označených těmito značkami je podle Vás na trhu?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

V této otázce měli dotazovaní uvést, jaká je podle nich dostupnost výrobků označených některou ze značek kvality na trhu. Necelá polovina, přesněji 63 respondentů uvedlo, že výrobků je na trhu dostatečné množství. Naopak 49 respondentů zase uvedlo, že na trhu je těchto výrobků nedostatečné množství. Dále pak 30 dotázaných nevědělo odpověď a pouze 1 respondent uvedl, že těchto výrobků je na trhu příliš mnoho.

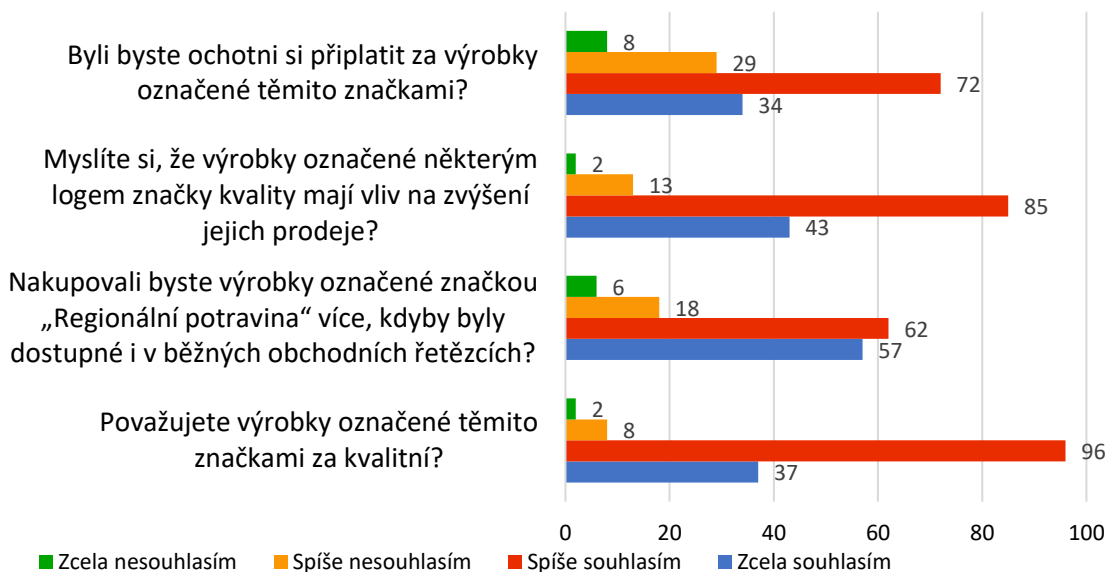
Graf č. 5.11: Kdo si myslíte, že je garantem těchto značek?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Tato otázka se zde objevila spíše pro zajímavost a zjišťovala, zda spotřebitelé vědí, kdo je garantem těchto značek. Jak můžeme vidět z grafu, tak 45 % respondentů správně odpovědělo, že garantem těchto značek je Ministerstvo zemědělství, 18 % odpověď na tuto otázku vůbec nevědělo. Dalších 13 % se mylně domnívalo, že garantem těchto značek jsou podniky a shodně po 12 % respondenti uvedli, že garantem značek je podle nich stát či Státní zemědělský intervenční fond.

Graf č. 5.12: Vyberte Vámi zvolenou odpověď:



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

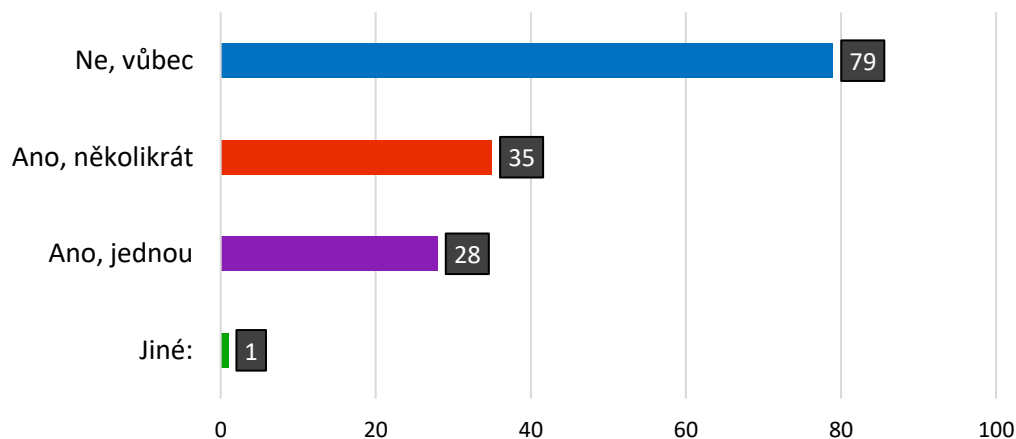
Tato otázka byla rozdělena na čtyři další podotázky vzhledem ke zjišťování vlastního názoru respondentů. U otázky týkající se ochoty respondentů si připlatit za výrobky označené některou ze značek, by si většina dotázaných byla ochotna za tyto výrobky připlatit (34 zcela souhlasí a 72 spíše souhlasí), menší část respondentů by si naopak za tyto výrobky nebyla ochotna připlatit (8 zcela nesouhlasí a 29 spíše nesouhlasí).

V otázce, zda si respondenti myslí, že značky, které jsou uvedeny na některých výrobcích, mají vliv na zvýšení jejich prodeje, si respondenti myslí, že tomu tak je (43 zcela souhlasí a 85 spíše souhlasí). Opravdu málo dotázaných si pak myslí, že tyto značky nemají na zvýšení prodeje výrobků vliv (2 zcela nesouhlasí a 13 spíše nesouhlasí).

U otázky, zda by respondenti nakupovali více výrobky označené značkou Regionální potravina, kdyby byly více dostupné v běžných obchodních řetězcích, také většina respondentů uvedla, že ano (57 zcela souhlasí a 62 spíše souhlasí) a velice málo respondentů by tyto výrobky ani tak nenakupovala (6 zcela nesouhlasí a 18 spíše nesouhlasí).

Poslední otázka zjišťovala, zda respondenti považují výrobky označené některou z těchto značek za kvalitní. I u této otázky velká většina respondentů souhlasila (37 zcela souhlasí a 96 spíše souhlasí) a minimum respondentů si myslí, že tyto výrobky kvalitní nejsou (2 zcela nesouhlasí a 8 spíše nesouhlasí).

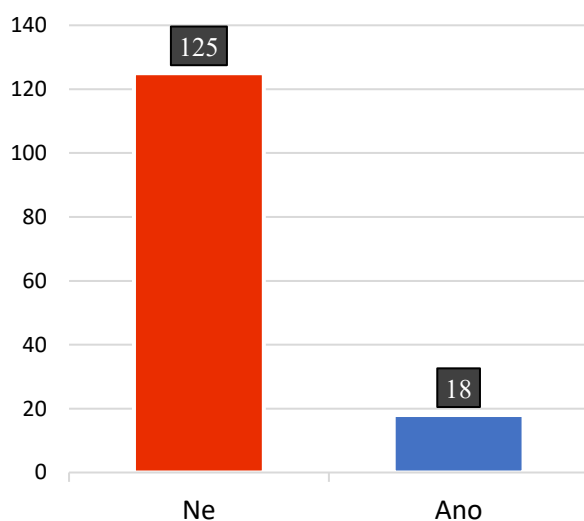
Graf č. 5.13: Zaznamenali jste reklamní kampaň na značku kvality „Regionální potravina“?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

V této otázce bylo cílem zjistit, zda spotřebitelé někdy zaznamenali reklamní kampaň na značku Regionální potravina. Více než polovina respondentů, přesněji 79 respondentů uvedlo, že reklamní kampaň na tuto značku nezaznamenala vůbec. Oproti tomu 35 dotázaných uvedlo, že reklamní kampaň zaznamenala hned několikrát a 28 respondentů zaznamenalo reklamní kampaň pouze jednou. Jen 1 respondent využil možnosti otevřené volby a uvedl, že na otázku nedokáže odpovědět.

Graf č. 5.14: Vnímáte propagaci této značky jako dostačující?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Tato otázka úzce souvisela s tou předcházející a měla za úkol od respondentů zjistit, zda si myslí, že propagace této značky je dostačující či nikoliv. Převážná většina respondentů (přesněji 125) uvedla, že propagace této značky dostačující není a velmi málo dotázaných si myslí, že propagace této značky dostačující je (18 respondentů).

6 Návrhy a doporučení

Z provedeného výzkumu jsem zjistila, že pro větší část spotřebitelů je nejdůležitějším faktorem při nákupu potravin kvalita, na druhém místě je pak původ či výrobce potravin. Z výzkumu také vyplývá, že velká část spotřebitelů zná alespoň některou ze značek kvality potravin. Nejvíce známými značkami jsou Klasa a BIO, naopak značky Regionální a Českou potravinu zná jen přibližně polovina dotázaných. Z výzkumu ale také bohužel vyplývá, že i když si většina spotřebitelů myslí, že výrobky označené logem některé ze značek potravin, jsou kvalitní, tak tyto výrobky nakupuje zhruba jen polovina spotřebitelů. A pokud spotřebitelé výrobky takto označené nenakupují, tak je to převážně z toho důvodu, že jsou pro ně drahé nebo o ně nemají zájem či o nich vůbec nevědí.

Doporučením pro značku „Regionální potravina“ by mělo být zaměření se na komunikaci se spotřebiteli a také na zvýšení povědomí o této značce. Převážně by bylo vhodné se zaměřit na oblast sociálních sítí či server YouTube, které jsou v dnešní době velice využívány. V souvislosti se zaměřením na sociální sítě by bylo určitě vhodné využít i formu online reklamy. Například síť Facebook nabízí využití nejjednoduššího způsobu online reklamy, kde si sami můžete zvolit, jakým cílovým skupinám se má Vaše reklama zobrazovat.

Jedním z možných návrhů pro Regionální potravinu by mohla být větší podpora výrobců jednotlivých výrobků. Možností podpory prodeje těchto výrobků by mohla být snaha o zvýšení distribuce a následného prodeje v různých obchodních řetězcích vymezením určitého prostoru v jednotlivých prodejnách (např. označeného regálu). V dnešní době je tato forma velice rozšířená hlavně u značky BIO. V souvislosti s tímto rozšířením distribuce by se dala využít i propagace daných výrobků vyhrazením pár stran v akčních letácích obchodních řetězců, kde by byly jednotlivé výrobky stručně představeny. Regionální potravina sice začala nově spolupracovat s obchodním řetězcem Penny Market, ale do budoucna by bylo určitě vhodné začít spolupracovat i s jinými obchodními řetězci.

Možností propagace z hlediska reklamy, by mohlo být využití billboardů či jiných reklamních ploch. V současné době zájem o tento typ reklamy oproti létům minulým trochu upadá. Ale i přes to by určitě bylo vhodné tento druh reklamy využít, protože s tímto typem reklamy se můžeme setkat na jakýchkoliv místech a mohou s ní přijít do styku všechny cílové skupiny spotřebitelů.

Vzhledem k výsledkům výzkumu, kdy převážná většina respondentů uvedla, že nezaznamenala vůbec či pouze jednou reklamní kampaň na Regionální potravina, by mělo být zaměření se na zvýšení povědomí mezi spotřebiteli. Nejefektivnější možností by bylo zaměření se na reklamní kampaň vytvořením televizního spotu. Spotřebitelé by měli mít možnost tento spot vidat nejen v regionálních televizních programech, ale především v těch nejčastěji sledovaných (například TV Nova, Prima atd.). Televizní reklamy, na nás a naše podvědomí, mají totiž velký vliv, aniž bychom si to kolikrát uvědomovali či připouštěli. Regionální potravina by se měla na propagaci formou reklamy zaměřit i hlavně z toho důvodu, že dle výzkumu zhruba jen polovina respondentů tuto značku již znala. Televizní reklama je sice jednou z nejnákladnějších forem komunikace, ale v současné době, kdy je mnoho potenciálních zákazníků častěji doma, by se mohlo jednat o jednu z nejvíce efektivní formy propagace. Obzvláště výhodné by bylo jednotlivé spoty nejčastěji vysílat před různými pořady o vaření nebo pořady, které se týkají jídla. Regionální potravina by se na propagaci formou televizní reklamy mohla zaměřit, i když by patřila mezi ty více nákladné aktivity na podporu této značky. Dle informací z výroční zprávy Státního zemědělského intervenčního fondu z roku 2019 právě tento fond vyplatil v rámci marketingové činnosti přes 220 milionů korun. Nejvíce z této částky sice čerpala značka Klasa, a to zhruba 160 milionů korun, ale na projekt Regionální potravina bylo vyplaceno přes 20 milionů korun. Tyto finanční prostředky byly využity převážně na různé semináře a projekty krajských soutěží. Dále také na různé prezentační aktivity jako jsou ochutnávky oceněných výrobků nebo prezentace na různých společenských akcích. Celkový plánovaný rozpočet, na projekt Regionální potravina, byl stanoven nejdříve na 50 milionů korun a poté byl zvýšen na více než 70 milionů korun, ale i přes to bylo využito zhruba jen pouhých 30 % plánovaného rozpočtu. Proto by tedy Regionální potravina mohla formu této propagace využít i za otázky vysokých nákladů.

Jednoznačným doporučením pro všechny tyto značky celkově je, aby se zaměřili převážně na spotřebitele a komunikaci s nimi, a také na větší propagaci těchto značek mezi spotřebiteli, ať už od Ministerstva zemědělství či Státního zemědělského intervenčního fondu. Toto doporučení by se mohlo vztahovat i na samotné výrobce potravin, protože díky zlepšení komunikace se spotřebiteli, například pomocí sociálních sítí, by mohl výrobce zjistit informace o tom, jak spotřebitelé jeho výrobek vnímají a mohl by případně reagovat na nepříznivé vnímání jeho výrobku.

V souvislosti s tímto doporučením by návrhem na zlepšení mohlo být vytvoření reklamní kampaně, s hlavním cílem informovat spotřebitele o existenci těchto značek a vysvětlit jim, proč upřednostnit nákup potravin s těmito značkami. Reklama na tyto značky by se také mohla více objevovat na mobilních či počítačových zařízeních nebo také na sociálních sítích, které jsou v dnešní době velice rozšířené. Dále by také bylo vhodné, aby se ke spotřebitelům dostalo více informací o těchto značkách. Jednoznačně vhodnou informací by bylo, jak výrobci mohou danou značku získat a jaké podmínky pro to musí splnit. To převážně kvůli tomu, aby se spotřebitelé mohli přesvědčit, že se jedná opravdu o kvalitní výrobky a někdy ani ne tolik drahé (například u značky Klasa). A to i z toho důvodu, že v současné době se stále více řeší problematika o dvojí kvalitě potravin.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit povědomí o značkách kvality potravin mezi spotřebiteli a v souvislosti s tím zjistit, jaké je povědomí značky „Regionální potravina“ mezi spotřebiteli oproti ostatním značkám a na základě výsledků výzkumu navrhnout opatření, jak zvýšit či zlepšit povědomí o značce „Regionální potravina,“ ale také i celkově o všech značkách kvality.

Teoretická část práce se v prvních dvou kapitolách věnovala základním teoretickým pojmům jako je kvalita potravin či bezpečnost potravin. Bylo zde představeno, co znamená kvalita potravin obecně a jaké jsou například určité požadavky na vlastnosti hmotných produktů a jaké jsou požadavky na označování potravin. Vzhledem k tomu, že bezpečnost potravin je velice důležitým požadavkem, byla jí věnována samostatná kapitola. V této kapitole byla představena legislativní úprava bezpečnosti potravin v České republice a byly zde představeny tři důležité zákony, které se touto problematikou zabývají. Dále zde také byly zmíněny důležité organizace, které mají zajišťovat bezpečnost potravin na českém trhu. Těmito organizacemi jsou například Ministerstvo zemědělství, zdravotnictví či životního prostředí nebo také různé nevládní organizace jako Potravinářská či Agrární komora, Svaz obchodu a cestovního ruchu nebo různé spotřebitelské organizace. Vzhledem k tomu, že v současné době je na českém trhu veliké množství různých značek, byly v dalších kapitolách představeny čtyři nejznámější značky kvality potravin a to Klasa, BIO, Česká potravina a Regionální potravina, které byla věnována samostatná kapitola zaměřena na region Plzeňského kraje.

Předposlední část práce zahrnovala praktickou část a vlastní výzkum, kde bylo zjištěno, jaké mají spotřebitelé povědomí o značkách kvality potravin. Pro většinu lidí jsou značky kvality potravin známé, převážně tedy pak Klasa a BIO. Regionální a Česká potravina jsou oproti nim méně známé. Dále také velká většina lidí ví, co tyto značky znamenají nebo co mohou spotřebitelům výrobky takto označené garantovat. I když jsou tyto značky mezi spotřebiteli povědomé, z výzkumu vyplynulo, že pouhá polovina výrobky označené některou ze značek kvality nakupuje. Spotřebitelé, kteří tyto výrobky nenakupují, jsou většinou odrazeni vysokou cenou, nedostupností těchto výrobků na trhu či nezájmem o výrobky označené některou z těchto značek. Velice přínosným zjištěním bylo, že skoro všichni respondenti považují výrobky označené těmito značkami za kvalitní a tři čtvrtiny respondentů by si za tyto výrobky byla ochotna připlatit.

Důležitým zjištěním z hlediska propagace značky „Regionální potravina“ bylo to, že velká část respondentů (více než tři čtvrtiny) nezaznamenala reklamní kampaň na tuto značku vůbec nebo pouze jednou a vnímá tak propagaci této značky jako nedostačující. Co se týče množství výrobků označených některou ze značek, se skoro polovina respondentů domnívá, že je jejich množství dostatečné, ale třetina respondentů se zase domnívá, že je jejich množství nedostatečné.

Poslední část práce se zabývala návrhy a doporučeními, jak pro značku „Regionální potravina,“ tak i celkově pro všechny značky kvality potravin. Jednotlivé návrhy a doporučení byly zaměřené na zvýšení povědomí o značkách mezi spotřebiteli. Převážně je důležité zaměřit se na zvýšení komunikace se spotřebiteli a na zvýšení propagace těchto značek. Pro Regionální potravinu bylo navrženo převážně využití několika možných forem reklam. Ať už online reklamy na sociálních sítích, billboardech či vytvoření reklamního spotu. Dalším návrhem bylo zvýšení podpory výrobcům pomocí distribuce v obchodních řetězcích a využitím propagace výrobků v akčních letácích. Doporučením celkově pro všechny značky bylo zaměření na spotřebitele a komunikaci s nimi a také vytvoření reklamní kampaně, díky které by se ke spotřebitelům dostalo více informací o těchto značkách. Právě tak by se mohly značky dostat více do povědomí spotřebitelů a mohl by se zvýšit prodej výrobků jimi označenými.

Seznam použitých zdrojů

Publikace:

- Chýlková, M. (2016). *Aktuální stav legislativy v oblasti označování potravin*. České Budějovice: Potravinářská komora České republiky.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. (15th ed.) New Jersey, USA: Pearson Education.
- Michalová, I. (2006). *Značky a informace na potravinách* (1. vyd.). Praha: Sdružení českých spotřebitelů.
- Nenadál, J., & kol. (2008). *MODERNÍ MANAGEMENT JAKOSTI: Principy, postupy a metody*. Praha: Management Press.
- Suková, I. (2014). *Označování potravin - průvodce pro spotřebitele*. Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin.
- Valenta, O., Hladík, P., & kol. (2011). *Budoucnost kvality a bezpečnosti potravin v Česku*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON.
- Vasconcellos, J. A. (2003). *Quality assurance for the food industry: a practical approach*. Florida, USA: CRC Press.
- Veber, J., & kol. (2011). *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele* (2. vyd.). Praha, Česko: Grada Publishing.

Zákony:

- Zákon č. 238/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony
- Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů
- Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů

Internetové zdroje:

eKlasa (2021). *O značce Klasa*. [cit. 8. 1. 2021]. Dostupné z: <https://www.eklasa.cz/co-je-klasa>

Ministerstvo průmyslu a obchodu (2020). *Výstražný systém RAPEX*. [cit. 15. 12. 2020]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/bezpecnost-vyrobu/vystrazny-system-rapex--105996/>

Ministerstvo zemědělství (2010). *Bezpečnost potravin. Strategie bezpečnosti potravin a výživy na období let 2010-2013*. [cit. 16. 2. 2021]. Dostupné z: https://www.bezpecnostpotravin.cz/UserFiles/publikace/2010_Strategie_BP_2010-2013.pdf

Ministerstvo zemědělství (2014). *eAgri. Strategie bezpečnosti potravin a výživy na období let 2014-2020*. [cit. 16. 2. 2021]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/324776/_323925_514597_StrategieBP_cs.pdf

Ministerstvo zemědělství (2018). *Bezpečnost potravin. Systém zajištění bezpečnosti potravin v ČR*. [cit. 15. 12. 2020]. Dostupné z: [https://www.bezpecnostpotravin.cz/system-zajisteni-bezpecnosti-\(zdravotni-nezavadnosti\)-potravin-v-cr.aspx](https://www.bezpecnostpotravin.cz/system-zajisteni-bezpecnosti-(zdravotni-nezavadnosti)-potravin-v-cr.aspx)

Ministerstvo zemědělství (2021). *eAGRI. Značky kvality potravin*. [cit. 20. 1. 2021]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/potravin/znacky-kvality-potravin/>

Potraviný info (2020). *Bezpečnost potravin v České republice*. [cit. 15. 12. 2020]. Dostupné z: https://www.potravininfo.cz/33/bezpecnost-potravin-v-ceske-republice-uniqueidgOkE4NvrWuMEMvw3uZDmFqfQVIg_SjvvUuuv461nISk/

Regionální potravina (2020). *Metodika pro udělování značky „Regionální potravina“*. [cit. 20. 1. 2021]. Dostupné z: <https://www.regionálnipotravina.cz/files/metodika-a-loga/Metodika-RP-2020.pdf>

Regionální potravina (2021). *Značka Regionální potravina oceňuje ty nejlepší výrobky z každého kraje*. [cit. 20. 1. 2021]. Dostupné z: <http://www.regionálnipotravina.cz/o-projektu/>

Státní zemědělský intervenční fond (2013). *Klasa*. [cit. 8. 1. 2021]. Dostupné z: <https://www.szif.cz/cs/klasa#>

Státní zemědělský intervenční fond (2021a). Metodika pro udělování značky „Klasa.“ [cit. 8. 1. 2021]. Dostupné z:

https://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fdokumenty_ke_stazeni%2Fpkp%2Fklasa%2F1545048906291.pdf

Státní zemědělský intervenční fond (2021b). *MyjsmeBio. Proč Bio.* [cit. 8. 1. 2021].

Dostupné z: <https://www.myjsmebio.cz/#proc>

Ostatní zdroje:

Regionální potravina (2010). *Plzeňský kraj vstoupil do hry.* Interní dokument

Regionální potraviny.

Regionální potravina (2014). *Záznam rozhovoru pro Plzeňský deník.* Interní dokument

Regionální potraviny.

Regionální potravina (2019). *Tisková zpráva za rok 2019.* Interní dokument Regionální potraviny.

Seznam zkratk

CEM	Centrum epidemiologie a mikrobiologie
CHPŘ	Centrum hygieny potravinových řetězců
ČEÚ	Český ekologický ústav
ČIŽP	Česká inspekce životního prostředí
ČOI	Česká obchodní inspekce
ČR	Česká republika
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
OERM	Oddělení enviromentálních rizik a monitoringu
RAPEX	Rapid Alert System for Non-Food Products
SOCR	Svaz obchodu a cestovního ruchu
SRS	Státní rostlinolékařská správa
SÚJB	Státní úřad pro jadernou bezpečnost
SVS	Státní veterinární správa
SZIF	Státní zemědělský intervenční fond
SZPI	Státní zemědělská a potravinářská inspekce
SZÚ	Státní zdravotní ústav
ÚKZÚZ	Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský
VV	Vědecký výbor

Seznam tabulek a grafů

Tabulky

Tab. 4.1: Vítězné výrobky a jejich výrobci za rok 2019	28
Tab. 5.1: Struktura výběrového souboru	30

Grafy

Graf č. 5.1: Kde nejčastěji nakupujete potraviny?	32
Graf č. 5.2: Podle čeho se rozhodujete při nákupu potravin?	33
Graf č. 5.3: Které z uvedených značek kvality potravin znáte?	34
Graf č. 5.4: Víte, co garantuje národní značka kvality „KLASA“?	35
Graf č. 5.5: Víte, co garantuje značka kvality „Regionální potravina“?	35
Graf č. 5.6: Víte, co garantuje značka kvality „BIO“?	36
Graf č. 5.7: Jak často kupujete výrobky označené těmito značkami?	37
Graf č. 5.8: Z jakého důvodu upřednostňujete nákup potravin s těmito značkami?	38
Graf č. 5.9: Pokud tyto výrobky nenakupujete, z jakého důvodu?	38
Graf č. 5.10: Jaké množství výrobků označených těmito značkami je podle Vás na trhu?	39
Graf č. 5.11: Kdo si myslíte, že je garantem těchto značek?	40
Graf č. 5.12: Vyberte Vámi zvolenou odpověď:	40
Graf č. 5.13: Zaznamenali jste reklamní kampaň na značku kvality „Regionální potravina“?	41
Graf č. 5.14: Vnímáte propagaci této značky jako dostačující?	42

Seznam obrázků

Obr. 1.1: Požadavky na kvalitu produktu	11
Obr. 3.1: Logo Klasa.....	22
Obr. 3.2: Logo Česká potravina.....	24
Obr. 3.3: Logo BIO – evropské	24
Obr. 3.4: Logo BIO – národní (tzv. biozebra)	25
Obr. 4.1: Logo Regionální potravina	26

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha A: Dotazník

Dotazník

Jmenuji se Veronika Jílková a studuji na Západočeské univerzitě v Plzni, fakultu ekonomickou. Ráda bych Vás tímto požádala o vyplnění dotazníku k mé bakalářské práci na téma „Značky kvality potravin na českém trhu.“ Odpovědi jsou zcela anonymní a budou použity pouze ke zpracování výsledků praktické části bakalářské práce.

1. Kde nejčastěji nakupujete potraviny?

- Supermarket
prodejny
- Hypermarket
- Specializované
- Trhy/ tržnice
- Samoobslužné prodejny
- E-shop

2. Podle čeho se nejčastěji rozhodujete při nákupu potravin?

- Obal
- Výrobce
- Značka
- Původ
- Kvalita
- Cena
- Jiný důvod (uved'te):

3. Které z uvedených značek kvality potravin znáte?

- Klasa
- Regionální potravina
- Česká potravina
- BIO
- Neznám žádnou

4. Víte, co garantuje národní značka kvality „KLASA“?

- Označení českých potravin
- Označení kvality (obecně)
- Označení kvalitních českých potravinářských výrobků
- Označení výrobce potravin
- Nevím
- Jiné (uved'te):

5. Víte, co garantuje značka kvality „Regionální potravina“?

- Označení českých potravin
- Označení výrobce potravin
- Označení kvalitních českých potravinářských výrobků v kraji
- Nevím
- Jiné (uved'te):

6. Víte, co garantuje značka „BIO“?

- Označení výrobce potravin
- Označení kvality (obecně)
- Označení potraviny, která pochází z kontrolovaného systému ekologického zemědělství
- Výrobek obsahuje alespoň 15 % ekologicky zpracovaných surovin
- Nevím
- Jiné (uved'te):

7. **Jak často kupujete výrobky označené těmito značkami?**

- Při každém nákupu 1–2x týdně 1x měsíčně
 Méně, než 1x měsíčně Nekupuji tyto potraviny

8. **Z jakého důvodu upřednostňujete nákup potravin s těmito značkami?**

(nepovinná, pokud nenakupujete)

- Dobrá kvalita Výhodná cena
 Poutavé balení Bohatý sortiment
 Jiný důvod (uveďte):

9. **Pokud tyto výrobky nenakupujete, z jakého důvodu?**

(nepovinná, pokud nakupujete)

- Vysoká cena Nedostupnost na trhu
 Nemám o ně zájem Nevím o nich
 Jiný důvod (uveďte):

10. **Jaké množství výrobků označených těmito značkami je pode Vás na trhu?**

- Příliš mnoho Dostatečné
 Nedostatečné Nevím

11. **Kdo si myslíte, že je garantem těchto značek?**

- Stát Ministerstvo zemědělství Podniky
 Státní zemědělský intervenční fond Nevím

12. **U následujících otázek vyberte Vámi zvolenou odpověď:**

	Zcela souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím
Myslíte si, že výrobky označené některým logem značky kvality mají vliv na zvýšení jejich prodeje?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Považujete výrobky označené těmito značkami za kvalitní?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Byli byste ochotni si připlatit za výrobky označené těmito značkami?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nakupovali byste výrobky označené značkou „Regionální potravina“ více, kdyby byly dostupné i v běžných obchodních řetězcích?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Zaznamenali jste reklamní kampaň na značku kvality „Regionální potravina“?

- Ano, několikrát Ano, jednou Ne, vůbec
 Jiné (uved'te):

14. Vnímáte propagaci této značky jako dostačující?

- Ano Ne

15. Jaké je Vaše pohlaví?

- Muž Žena

16. Do jaké věkové kategorie spadáte?

- 18–25 let 26–35 let 36–45 let
 46–60 let 61 let a více

17. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní Střední s maturitou Střední s vyučením
 Vyšší odborné Vysokoškolské
 Jiné (uved'te):

18. Kolik členů má Vaše domácnost?

- 1 člen 2-3 členové 4 a více členů

19. Jaký je čistý měsíční příjem ve Vaší domácnosti? (odhadněte)

- Do 10 000 Kč 10 001 – 20 000 Kč 20 001 – 30 000 Kč
 30 001 – 40 000 Kč 40 001 – 50 000 Kč 50 001 Kč a více

20. V jakém kraji bydlíte?

- Karlovarský kraj Plzeňský kraj Ústecký kraj
 Středočeský kraj Praha Jihočeský kraj
 Liberecký kraj Královéhradecký kraj Pardubický kraj
 kraj Vysočina Jihomoravský kraj Olomoucký kraj
 Zlínský kraj Moravskoslezský kraj

Abstrakt

Jílková, V. (2021). *Značky kvality potravin na českém trhu* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

Klíčová slova: kvalita potravin, bezpečnost potravin, značky kvality, klasa, regionální potravina

Tato bakalářská práce se zabývá značkami kvality potravin na českém trhu. Teoretická část práce se věnuje informacím o kvalitě potravin obecně a bezpečnosti potravin. Je zde zmíněna platná legislativa, která se zabývá bezpečností potravin v České republice, a také jsou uvedeny důležité organizace, které zajišťují bezpečnost potravin na českém trhu. Dále jsou představeny nejznámější značky kvality potravin na českém trhu. Praktická část se zabývá vlastním výzkumem. Kvantitativní výzkum s využitím dotazníku má za úkol zjistit, jaké je povědomí o značkách kvality potravin mezi spotřebiteli, a jaké je povědomí značky „Regionální potravina“ oproti ostatním značkám. V závěru práce jsou uvedeny návrhy a doporučení pro zlepšení povědomí o všech značkách kvality, ale také samostatná doporučení pro Regionální potravinu.

Abstract

Jílková, V. (2021). *Food quality labels on the Czech market* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

Key words: food quality, food safety, quality labels, klasa, regional food

This bachelor thesis deals with food quality labels on the Czech market. The theoretical part deals with information about food quality in general and food safety. The current legislation dealing with food safety in the Czech Republic is mentioned here, as well as important organizations that ensure food safety on the Czech market. Furthermore, the most well-known food quality labels on the Czech market are presented. The practical part deals with own research. Quantitative research using a questionnaire aims to find out what is the awareness of food quality labels among consumers and what is the awareness of the „Regional Food“ label compared to other labels. At the end of the thesis are suggestions and recommendations for improving awareness of all quality labels, but also separate recommendations for label „Regional Food.“