

UNIVERZITA PARDUBICE

Fakulta chemicko-technologická

Bakalářská práce

2023

Vladimír Müller

Univerzita Pardubice
Fakulta chemicko-technologická

Informace na obalech potravin
Bakalářská práce

Univerzita Pardubice
Fakulta chemicko-technologická
Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Vladimír Müller**
Osobní číslo: **C19433**
Studijní program: **B0488A050003 Ekonomika a management podniků chemického průmyslu**
Téma práce: **Informace na obalech potravinářských výrobků**
Zadávající katedra: **Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu**

Zásady pro vypracování

1. Obaly – vymezení, druhy a funkce se zaměřením funkci informační/prodejní.
2. Informace uváděné na primárních obalech potravinářských výrobků a jejich význam pro spotřebitele.
3. Realizace primárního výzkumu zaměřeného na postoje spotřebitelů k informacím uváděným na obalech potravinářských výrobků.
4. Zpracování výsledků výzkumu.
5. Shmutí výsledků a závěr.

Rozsah pracovní zprávy: **40**
Rozsah grafických prací:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

1. Ankiel, Magdalena, Bogdan Sojkin, Mariola Grzybowska-Brzezinska (2020). Packaging as a Source of Information on the Product in Food Purchasing Decisions: The Case of Poland. *European Research Studies Journal*, XXIII, Special Issue 1, 356-372. doi: 10.35808/ersj/1765
2. Lindh, Helena, Helen Williams, Annika Olsson a Fredrik Wikström (2016). Elucidating the Indirect Contributions of Packaging to Sustainable Development: A Terminology of Packaging Functions and Features. *Packaging Technology and Science*, 29(4-5), 225-246. <https://doi.org/10.1002/pts.2197>
3. van der Colff, Nadia, Daleen van der Merwe, Magdalena Bosman, Alet Erasmus a Susanna Ellis (2016). Consumers' Prepurchase Satisfaction with the Attributes and Information of Food Labels. *International Journal of Consumer Studies*, 40(2), 220-228. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12245>
4. Wyrwa, Joanna a Anetta Barska (2017). Packaging as a Source of Information about Food Products. *Procedia Engineering*, 182, 770-779. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.199>
5. Zákon č. 110/1997 Sb. *Zákon o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů.*

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Zuzana Pecinová, Ph.D.**
Katedra ekonomiky a managementu chemického
a potravinářského průmyslu

Datum zadání bakalářské práce: **28. února 2023**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. června 2023**

L.S.

prof. Ing. Petr Němec, Ph.D.
děkan

Ing. Jan Vávra, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 28. února 2023

Prohlašuji:

Práci s názvem Informace na obalech potravin jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 30. 06. 2023

Vladimír Müller

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych tímto poděkoval vedoucí mé práce Ing. Zuzaně Pecinové Ph. D, za odborné vedení, trpělivost, ochotu, vstřícnost při konzultacích a cenné připomínky, které mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnovala.

ANOTACE

Informace jsou nejdůležitější součástí obalu ke komunikaci se zákazníkem a napomáhají mu činit kvalifikovaný výběr. V této práci jsou vymezeny pojmy z oblasti obal a legislativní vymezení a následně, jak zákonné povinnosti rozšiřuje odborná literatura. Je konkrétně specifikováno, jaké informace musejí být na obalech ze zákona a které jsou naopak nepovinné a přesto významné. Práce rovněž obsahuje výsledky kvantitativního výzkumu zaměřeného na důležitost informací uváděných na obalech potravin pro nákupní rozhodování.

KLÍČOVÁ SLOVA

Obal, funkce obalu, povinné informace na obalech, nepovinné informace na obalech, potravinářské výrobky.

TITLE

Information on food packaging

ANNOTATION

Information is the most important part of the package to communicate with the customer and help them make an informed choice. This paper defines packaging terms and legislative definitions and then how legal obligations are expanded by the literature. Specifically, it is specified which information must be on packaging by law and which are, on the contrary, optional and yet significant. The paper also contains the results of quantitative research on the importance of information on food packaging for purchasing decisions.

KEYWORDS

Packaging, packaging function, mandatory information, optional information

OBSAH

SEZNAM ILUSTRACÍ A TABULEK	10
SEZNAM GRAFŮ	11
SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK.....	12
1 Druhy obalů a jejich funkce	12
2 Informace na obalu potravin	15
2.1 Povinné informace na obalu potravin.....	16
2.2 Nepovinné informace na obalu potravin	25
3 Výzkum vnímání spotřebitelů informací na obalech potravin	31
3.1 Cíle a použité metody výzkumu	31
3.2 Výsledky výzkumu a jejich diskuse	34
3.2.1 Důvody, proč spotřebitel čte informace na obalu potravin	34
3.2.2 Důvody, proč spotřebitel nečte informace na obalu potravin	38
3.2.3 Faktory a informace ovlivňující nákupní rozhodnutí	42
3.2.4 Faktory a nepovinné informace ovlivňující nákupní rozhodnutí	46
3.2.5 kategorie potravin pro které jsou tyto informace důležité u spotřebitelů.....	50
ZÁVĚR.....	52
POUŽITÁ LITERATURA.....	54

SEZNAM ILUSTRACÍ A TABULEK

Obrázek 1 Velikost písma povinných informací na obalech potravin (Převzato z https://slideplayer.cz/slide/2840681/)	17
Obrázek 2 Seznam Alergenů (Převzato od https://www.seznam-alergenu.cz/seznam-alergenu-k-tisku).....	19
Obrázek 3 Möbiusova smyčka (Převzato od https://www.istockphoto.com/cs/vektor/ikona-glyph-recycle-mobiusova-smy%C4%8Dka-recykla%C4%8Dn%C3%AD-za%C4%8Dka-gm1191701939-338316425)	22
Obrázek 4 Möbiusova smyčka s procentuálním podílem (Převzato od https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/food-packaging-symbols/)	23
Obrázek 5 Znak Zeleného bodu (Převzato od https://duanedalton.com/Green-Dot-Symbol)	23
Obrázek 6 Panáček vyhazující obal do koše (Převzato od https://www.charlottepackaging.com/latest-news/what-do-food-packaging-symbols-mean/).....	24
Obrázek 7 Označení BIO potravin v ČR (Převzato od https://www.cr2030.cz/magazin/kvalita-zivota/biopotraviny-ekologickeho-zemedelstvi-poznate-podle-povinneho-znaci/)	25
Obrázek 8 Označení BIO potravin v EU (Převzato od https://www.bezpecnostpotravin.cz/nove-logo-eu-pro-biopotraviny.aspx).....	26
Obrázek 9 Označení Ekologicky šetrného výrobku (Převzato od https://www.cenia.cz/spolecenska-odpovednost/ekoznaci/)	26
Obrázek 10 Označení Fair trade (Převzato od https://www.organikk.cz/blog/ekologicke-symboly/).....	27
Obrázek 11 Značka ocenění KLASA (Převzato od https://www.cszm.cz/odkazy/znacky-kvality-potravin)	28
Obrázek 12 Značka ocenění Česká potravina (Převzato od https://www.cszm.cz/odkazy/znacky-kvality-potravin).....	29
Obrázek 13 Značka ocenění Regionální potravina.....	29
Obrázek 14 Symbol pro potraviny bez lepku (Převzato od https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/food-packaging-symbols/)	30
Tabulka 1- Struktura respondentů podle vázaných kvót na pohlaví a věk.....	32
Tabulka 2- Struktura respondentů podle vázaných kvót na dosažené vzdělání	32
Tabulka 3- Důvody, proč spotřebitel čte informace.....	34
Tabulka 4 -Důvody, proč spotřebitel nečte informace na obalech potravin	38
Tabulka 5- Důležitost povinných informací na obalech potravin	42
Tabulka 6 -Důležitost nepovinných informací na obalech potravin	46
Tabulka 7- Kategorie potravin	50

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1- Průměr hodnot čtení informací podle pohlaví	35
Graf 2- Důležitost aspektů napříč věkovým rozdělením.....	36
Graf 3- Důležitost aspektů podle úrovně dosaženého vzdělání	37
Graf 4- Průměr hodnot nečtení informací podle pohlaví	39
Graf 5- Průměr aspektů, kdy spotřebitelé nečtou informace na obalech.....	40
Graf 6- Průměr hodnot nečtení informací podle nejvyššího dosaženého vzdělání	41
Graf 7- Průměr důležitosti informací podle pohlaví	43
Graf 8- Průměr důležitosti informací podle věku.....	44
Graf 9- Průměr důležitosti informací podle dosaženého vzdělání	45
Graf 10- Průměr důležitosti nepovinných informací podle pohlaví.....	47
Graf 11-Průměr důležitosti nepovinných informací podle věku	48
Graf 12- Průměr důležitosti nepovinných informací podle dosaženého vzdělání.....	49

SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

QR – Quick response (rychlá odezva)

RFID – Radio-frekvenční identifikace

EU – Evropská unie

ČR – Česká republika

ÚVOD

Důležitou součástí většiny výrobků je obal. Spotřebitelé mají při nákupu na výběr z řady produktů, a proto je pro jejich rozhodování důležitým faktorem obal výrobku a informace na něm uvedené. Když se spotřebitelé rozhodují, který výrobek si koupí, mají kromě obalu jen málo informací, pokud si je předem nezjistili.

Vzhledem k tomu, že více než sedm z deseti nakupujících uvádí, že obal ovlivňuje jejich nákupní rozhodnutí (KHUONG, 2018) musí společnosti při návrhu obalů zvažovat nejen jejich funkčnost, ale také vhodnost z hlediska podpory prodeje. Informace, které jsou uváděny na obalu, tak hrají zásadní roli v rozhodovacím procesu zákazníků. Je tedy nezbytné, aby jim bylo poskytnuto dostatečné množství pravdivých informací, které budou snadno čitelné a dostatečně zvýrazněné. (CALTEX, 2019)

U potravin je převážná většina běžně uváděných informací na obalech dána legislativou, a jsou tak povinné. Jen menší část tvoří informace, které uvádějí výrobci dobrovolně, ale i ty, stejně jako ty povinné částečně reguluje legislativa Evropské unie. Otázkou tedy je, které informace jsou pro zákazníka nejdůležitější při rozhodování o nákupu a jak je na obalu uvádět a zvýraznit, aby se zákazník mohl jednoduše a rychle rozhodnout. (MOREIRA, 2019)

Hlavním cílem práce je zmapovat problematiku informací na obalech potravin a vymezit, které informace jsou v rozhodovacím procesu nákupního chování spotřebitelů důležité. K naplnění tohoto cíle je v teoretické části práce na základě rešerše odborné literatury třeba:

- vymezit pojem obal, jeho druhy a funkce,
- vymezit povinné informace, které musí být uvedeny na obalech potravin,
- blíže specifikovat další informace, které mohou být uvedeny na obalech potravin.

V praktické části bakalářské práce bylo provedeno dotazníkové šetření pomocí online dotazování. Toto šetření se zabývá tím, zda spotřebitelé čtou informace poskytované na obalech potravin a pokud nečtou jaké k tomu mají důvody. Obecně se zvyšuje vnímání spotřebitelů spojené s povinnými údaji uváděnými na etiketách potravin, které závisí na faktorech, jako je gramotnost. Tato studie o označování potravin hodnotí, jak spotřebitelé vnímají specifické vlastnosti označování potravin, a jejich užitečnost při kvalifikovaném nákupním rozhodnutí.

1 Druhy obalů a jejich funkce

Pro práci je klíčovým pojmem obal, jeho specifikace, funkce a význam. Podle českého zákona o obalech (tj. Zákon o obalech č. 477/2001 Sb., 2001 ve znění pozdějších předpisů, dále jen zákon o obalech) je obalem: „výrobek zhotovený z materiálu jakékoli povahy a určený k pojmutí, ochraně, manipulaci, dodávce, popřípadě prezentaci výrobku nebo výrobků určených spotřebiteli nebo jinému konečnému uživateli“.

Druhy obalů

Zákon o obalech rozděluje obaly podle druhu na:

- prodejní (primární),
- skupinové (sekundární),
- přepravní (terciální).

Primární neboli prodejní obal má podle zákona o obalech tuto úlohu: „v místě nákupu tvořit prodejní jednotku pro spotřebitele nebo jiného konečného uživatele“.

Primární obaly jsou určeny zejména pro konečné spotřebitele, a proto je kladen důraz na informační a prodejní funkci obalu. Smyslem je produkt v něm uložený co nejlépe popsat (Pernica 2004, s. 844). S ohledem na vymezené cíle práce se práce bude zabývat zejména tímto typem obalu a informacemi na něm.

Sekundární obal neboli skupinový obal má podle zákona o obalech následující úlohu: „v místě nákupu tvořit skupinu určitého počtu prodejních jednotek, ať již je tato skupina prodávána spotřebiteli nebo jinému konečnému uživateli, anebo slouží pouze jako pomůcka pro umístění do regálů v místě prodeje a může být z výrobku odstraněn, aniž se tím ovlivní jeho vlastnosti“. Podle autorů Sixta a Mačát (2005, s. 199) skupinový obal tvoří pomyslný mezičlánek mezi prodejním a přepravním obalem jenž, slouží hlavně pro distribuci a ochranu zboží v místě prodeje. Rovněž tento obal na sobě nese informace o produktu či produktech, v něm uložených a slouží tedy hlavně pro skladovací a manipulační funkce v řetězci.

Terciální obal neboli přepravní má podle zákona o obalech za úkol „usnadnit manipulaci s určitým množstvím prodejních jednotek nebo skupinových obalů a usnadnit jejich přepravu tak,

aby se při manipulaci a přepravě zabránilo jejich fyzickému poškození“. Autoři (Toušek 2016, s. 19; Sixta a Mačát 2005, s. 199) se pak shodují, že přepravní obal musí být svou konstrukcí a materiálovou podstatou efektivní a umožňovat snadnou přepravu v logistickém řetězci, kde na něj mohou dlouhodobě působit vnější nepříznivé podmínky jako je klima nebo fyzická zátěž. Jeho konstrukce musí být tedy robustnější, než u ostatních obalů. I na tomto obalu jsou uváděny informace, nejčastěji pak hmotnost, obsah, značka výrobce, informace o odesílateli a příjemci, a znaky pro správný způsob skladování a manipulace s nimi při skladování.

Funkce obalu

Obal považujeme za esenciální součást snad každého výrobku, neboť nese spoustu funkcí, jak to definuje například Gros (2016, s. 374), Pernica (2004, s.844–846) nebo Toušek (2016, s.18). Za základní můžeme považovat funkci:

- ochrannou,
- informační,
- manipulační.

Gros (2016, s. 374) pak ještě obalům přisuzuje ekologické požadavky jako je např. recyklovatelnost či opakované použití, na něž je v dnešní době požadavku cirkulární ekonomiky obzvláště kladen důraz.

Podobně definuje, ale zároveň rozšiřuje tyto funkce Vysekalová (2011, s. 174), kdy pohlíží na obaly i jako na prostředek komunikace směrem k zákazníkovi, neboť obal sám musí zákazníka oslovit a napomáhat tak prodeji produktu v něm zabaleném.

Ochranná funkce obalu je jeho primární funkcí, neboť obal musí zajistit, že se produkt dostane k zákazníkovi nepoškozený a doslova „jako nový“. Nejvíce musí obal tudíž chránit před mechanickým nebo fyzickým poškozením, ke kterému nejčastěji dochází při přepravě, kde je obal vystaven vibracím a tlakům. Proto jsou při přepravě používány například různé fixační materiály jako jsou např. dřevěné hoblinky, bublinkové fólie, staré noviny a další nejrůznější materiály, které slouží jako ochranný prvek při přepravě. Dále pak obal musí chránit výrobek před změnami teplot, vlhkostí, ultrafialovým světlem a nejrůznějšími biologickými faktory. Nároky na obal jsou pak samozřejmě dány specifickým výrobkem. (Gros 2016, s. 375; Caner 2010)

Informační funkce obalu má za cíl poskytovat informace o druhu výrobku, jeho vlastnostech, složení, a také o způsobu skladování a používání. Je tedy druhou nejdůležitější funkcí obalu a poskytuje informace, které využívá jak spotřebitel, tak i logistické články řetězce. Informace pro články logistického řetězce jsou umístěny na obalu v elektronické podobě, pomocí čárkového, QR nebo RFID kódu, které po naskenování poskytnou informace o příjemci, odesílateli, nebo hmotnost a složení produktu v něm (Gross 2016, s. 375, Vysekalová 2011, s. 182).

Informace, které jsou určené pro spotřebitele, jsou většinou umístěny přímo na obalu prostřednictvím potisku obalu nebo ve formě letáků umístěných uvnitř balení, pokud to umožňuje podstata výrobku. Pro spotřebitele jsou pak důležité nejen informace o vlastním výrobku a jeho výrobci, (případně dovozci či dodavateli), ale také jak má s obalem naložit poté, co spotřebuje obsah. K tomu slouží tzv. recyklační symboly (Gupta 2017, 547–553, Lindh 2016).

Informace na potravinářských produktech jsou pak například rozšířeny o nutriční hodnoty, informace o obsahu a energii obsažených ve 100 gramech výrobku, datu spotřeby nebo minimální trvanlivosti (viz dále v textu). Všechny tyto informace pomáhají spotřebitelům provádět cílený a informovaný výběr (Martinelli, 2018).

Manipulační funkce obalu spočívá v tom, že obal by měl zefektivnit manipulaci s výrobkem jako takovým v dodavatelském řetězci, neboť umožňuje lepší a snazší přepravu a skladování. (Gros 2016, s. 375) Proto je důležité, aby měl obal vhodný tvar a rozměry, které zajistí uspokojivé vlastnosti v rámci skladování, přepravy nebo otevíratelnosti a bude tím vyhovovat i konečným zákazníkům (Toušek 2016, s.18).

Prodejní funkce je nejvýraznější marketingově orientovanou funkcí obalu a navazuje na funkci informační. Obal musí upoutat zákazníka a jednoznačně mu komunikovat informace o obsahu a značce. Jinými slovy, obal zprostředkovává obraz produktu a jeho grafika musí odpovídat obsahu (Plášek, 2007, ANKIEL 2021). Marketingovou funkcí se označuje pak vše, čím obal napomáhá k prodeji výrobku a uspokojuje potřeby zákazníků (Toušek 2016, s.19).

2 Informace na obalu potravin

Informace na obalech potravin mohou být zakódovány zejména ve formě slov, výrazů a ideografických znaků, jako jsou čísla, kombinace písmen a číslic anebo znaky jako jsou fotografie, kresby. Kromě toho mohou obsahovat např. zdravotní tvrzení, která musí být komplexní a srozumitelná. Právě na základě informací se spotřebitel často rozhoduje, zda si koupí konkrétní výrobek v rámci určité kategorie potravin, nebo zda si jej nekoupí. Spotřebitel při nákupu analyzuje pouze vybrané komponenty, které tvoří kategorie potravin, značka, naléhavost nákupu a místo prodeje výrobku. Proto je legitimní identifikovat klíčové informace na obalu, které jsou vnímány jako podstatné a významné pro v nákupním procesu a ovlivňují rozhodování spotřebitelů o nákupu potravinářských výrobků. (Wyrwa, 2020)

Požadavky na označování potravin upravuje evropská legislativa, konkrétně Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011. Podle zmíněného nařízení jsou stanoveny obecné požadavky na označování potravin v celé EU. Upravuje, jaké údaje musí být uvedeny povinně, jakou velikostí písma musí být uvedeny a kde mají být uvedeny. Dále upravuje, které informace jsou povinné a které nepovinné (Wyrwa, 2017)

Povinné informace se zejména týkají totožnosti, složení a vlastností daných potravin, dále jsou uváděny informace o trvanlivosti a způsobu uchování. Rovněž musí být uváděny složky, které mohou být škodlivé pro určitou skupinu spotřebitelů nebo všeobecné dopady na zdraví při konzumaci potraviny. Tyto informace pak spotřebitelům umožňují učinit kvalifikovaný výběr z široké nabídky produktů na trhu (Nařízení EP, 2011, článek 4).

Nepovinné označování jsou často informace marketingové povahy výrobce určené zejména pro zvýraznění a odlišení produktu, legislativa však udává, že takovéto informace nesmí být nejednoznačné či matoucí a všeobecně nesmí uvádět spotřebitele v omyl. Nejčastějšími a legislativně ošetřenými nepovinnými informacemi o potravinách jsou informace o vhodnosti pro vegetariány nebo vegany, nebo označování BIO potravin. Dále to pak jsou nápisy, ochranné značky, názvy značek, ilustrace nebo symboly odkazující na potravinu. Tyto informace nesmí být uváděny na obalech na úkor informací povinných (Nařízení EP, 2011, článek 36).

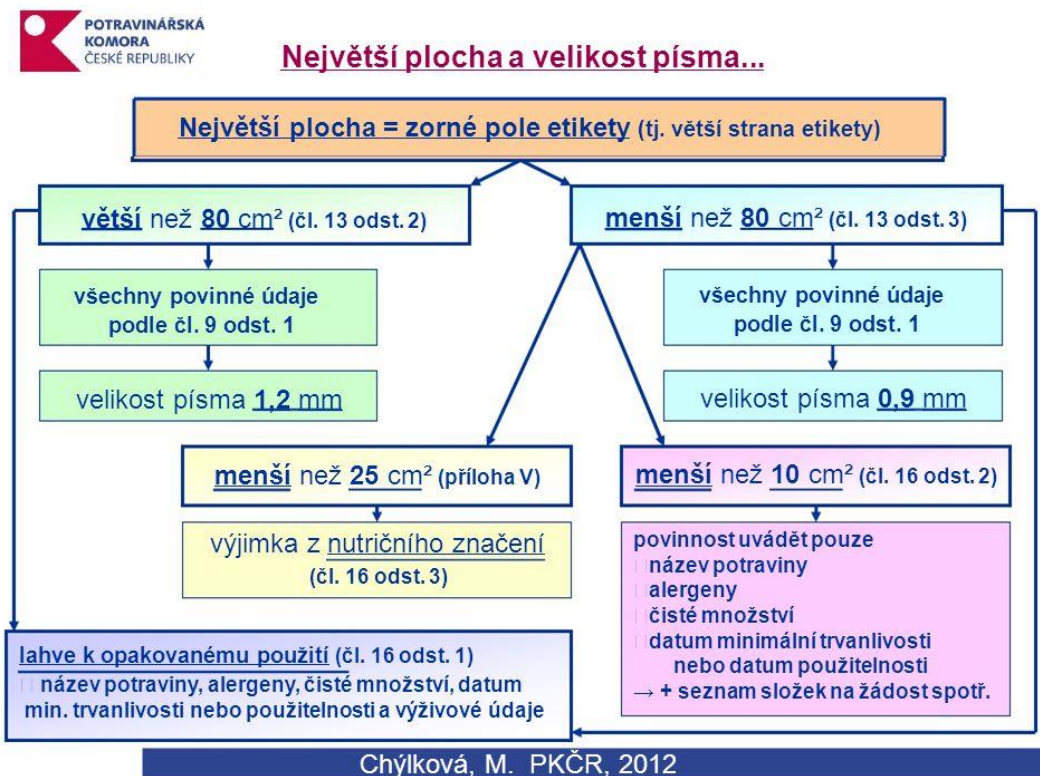
2.1 Povinné informace na obalu potravin

Informace, které musí uvádět provozovatelé potravinářských podniků v ČR na potravinách vymezuje Zákon č.110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích ve znění pozdějších předpisů (dále jen zákon o potravinách a tabákových výrobcích). Povinné údaje na obalech potravin se liší podle toho, kde či zda byl produkt zabalen. Vzhledem k zaměření praktické části práce, bude dále pozornost soustředěna pouze na označování potravin, které byly zabaleny bez přítomnosti spotřebitele pro účely bezprostředního prodeje. Tyto požadavky jsou uvedeny v § 7 zákona o potravinách a tabákových výrobcích. Jedná se o:

- jméno a příjmení, název nebo jméno obchodní firmy a adresa sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil,
- název potraviny,
- čisté množství,
- seznam složek,
- země nebo místo původu,
- způsob uchování potraviny jde-li o potraviny, u nichž by při nesprávném uchování mohla být ohrožena bezpečnost nebo zhoršena kvalita stanovená prováděcím právním předpisem nebo deklarovaná výrobcem,
- datum použitelnosti nebo datum minimální trvanlivosti,
- údaje o množství hlavní složky v hmotnostních procentech, nestanoví-li jinak prováděcí právní předpis,
- návod k použití v případě potraviny, kterou by bez tohoto návodu bylo obtížně správně použít,
- u nápojů s obsahem alkoholu vyšším než 1,2 % objemových, skutečný obsah alkoholu v procentech objemových,
- výživové údaje.

Všechny tyto informace musí být podle Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011, článek 13 na obalu zobrazeny písmem nebo číslicemi, které musí mít nejméně výšku

1,2 mm. Pokud má obal potraviny tzv. největší plochu (větší strana etikety) menší než 80 cm² musí být text minimálně 0,9 mm vysoký. Podrobná pravidla pro velikost textu na obalech jsou patrná z Obrázku 1.



Obrázek 1 Velikost písma povinných informací na obalech potravin (Převzato z <https://slideplayer.cz/slide/2840681/>)

Tyto informace musí být viditelné na první pohled pro zákazníka a nesmí být zakryté, zastřené či přerušené jiným textem. Dále musí být v blízkosti potravin zpřístupněny informace o alergenních složkách a datum minimální trvanlivosti. Všechny informace musí být uváděny v jazyce srozumitelném v příslušné zemi a nesmí spotřebitele uvádět v omyl (Nařízení EP, 2011).

Název obchodní firmy

Jedná se o název prodávajícího, výrobce, dovozce či balírní. V případě, že jde o fyzickou osobu, musí být uvedeno jméno a příjmení a místo podnikání. Za uvedení potraviny na trh poté odpovídá právnická či fyzická osoba uvedená na obale (Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích).

Název potraviny

Potraviny musejí nést název, jenž je pro ně vžitý, popisný nebo dán zákonem, aby si spotřebitel nemohl jeho název nesprávně vyložit. Dále platí, že název potraviny musí být doprovázen údaji o způsobu úpravy nebo o fyzikálním stavu potraviny, pokud tyto informace nevyplývají z názvu, charakteru či druhu potraviny. Název také může být rozšířen o výrazy jako je rozmrazeno, ozářeno, ošetřeno, přidaná voda. Jedná se o základní informaci směrem k zákazníkovi o základním charakteru produktu (Food Standards Agency, 2022).

Čisté množství

Výrobce musí uvést na obalu čisté množství potraviny bez obalu. Pokud je potravina umístěna v nálevu, musí uvést celkové množství potraviny včetně nálevu, ale i množství čisté potraviny (bez nálevu). U potravin musí výrobce poskytnout údaj o čistém množství v jednotkách tomu vhodných (kg, l, g, ml, aj.) nebo počtu kusů v balení a jejich průměrné hmotnosti. Množství jednotlivých složek informuje spotřebitele o kvalitě potraviny. Pokud se jedná o balení menší než 5 g nebo 5 ml, nevzniká povinnost uvádět čisté množství, výjimkou je pak pouze balení koření a bylin (Suková 2014, s. 16 a 17).

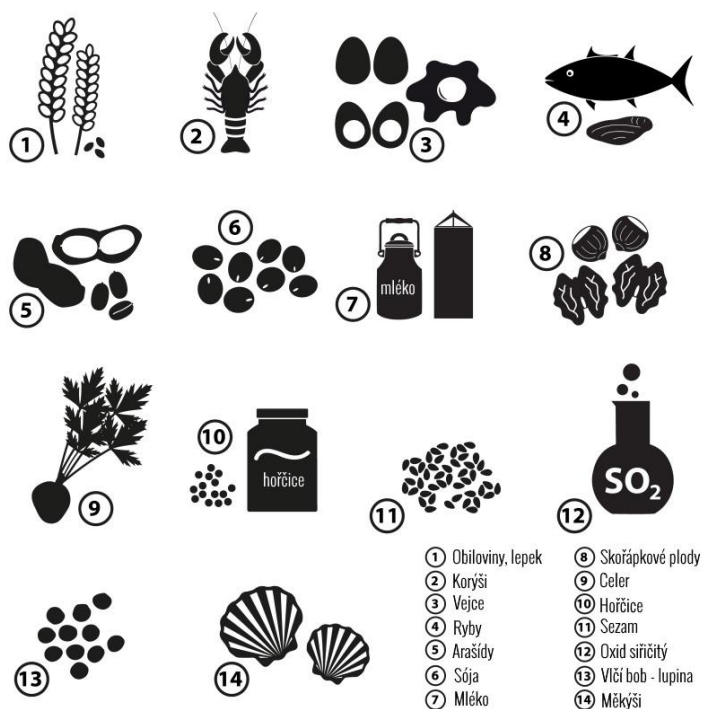
Seznam složek

Všechny složky jsou na potravině uvedeny pod nadpisem "složení" v sestupném pořadí podle hmotnosti stanovené v době jejich použití při výrobě potraviny, tj. pokud se vyskytují v konečném výrobku, i když třeba v upraveném stavu. Tento seznam obsahuje nejen základní suroviny, ale i další sloučeniny (tj. přídavné látky), vonné látky a výživové složky s významným biologickým dopadem, jako jsou vitamíny, minerální látky, aminokyseliny, některé mastné kyseliny atd. a v poslední době také syntetické nanomateriály. Všechny tyto složky jsou pak označovány svým specifickým názvem nebo skupinovým názvem a dávají tak zákazníkovi informaci o kvalitě potraviny (Better health, 2018).

Alergeny jsou neodmyslitelnou součástí potravin. Vzhledem k vysokému výskytu intolerance na potraviny musí být potraviny označeny informacemi o možné přítomnosti alergenní složky, ať už je přítomna přímo v potravině, nebo je součástí "složení potraviny". Na tyto informace se pak musí zaměřit každý spotřebitel. To se týká zejména obilovin, které obsahují lepek, koryše, vejce, ryby, arašidy, sóju, mléko, mandle, celer a některá semena. Pokud název, pod kterým je výrobek nabízen, jasně uvádí, že obsahuje takovou alergenní složku, existuje výjimka z požadavku na

zvýraznění alergenních složek (např. vaječ, mléka). Nezbytné prohlášení se naopak nevyžaduje u některých složek vyrobených z alergenních potravin, jako jsou například ořechy nebo sójový olej u kterých už z názvu vyplývá že obsahují alergenní složku (SZPI, 2016; Kanny, 2015).

Celý výčet alergenů v grafické podobě nalezneme na obrázku 2.



Obrázek 2 Seznam Alergenů (Převzato od <https://www.seznam-alergenu.cz/seznam-alergenu-k-tisku>)

Přidatné látky

Potravinářské **přidatné látky** jsou sloučeniny, které se záměrně přidávají do potravin z technologických důvodů, například pro konzervaci potravin, ale které se obvykle nekonzumují jako potravina (Nařízení EP, 2008, příloha 2.).

Z technologických důvodů se do průmyslově vyráběných potravin často přidávají přísady, které prodlužují trvanlivost, zlepšují nebo obnovují barvu, zvyšují nebo regulují kyselost a zahušťovací vlastnosti nebo dodávají výrobku sladkou chuť bez použití řepného cukru. Mnoho potravin také obsahuje přirozeně se vyskytující složky, které jsou některými z přidatných látek, jež dostaly povolení pro použití v potravinách. Patří mezi ně například kyselina askorbová (E 300), kyselina octová (E 260), karoteny (E 160 a), antokyany (E 163) a riboflavin (E 101). Přidatné látky nebo v běžné mluvě také známější jako „Éčka“ se vztahují na všechny tyto sloučeniny. Kód E

potvrzuje, že látka prošla testy nezávadnosti. Často je ale jejich použití považováno za zbytečné a budí zdání horší kvality potravin, zvláště pokud je výčet těchto látek obsáhlý. (Yardimci, 2019)

Na potravinářské přídatné látky se vztahují ustanovení nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1333/2008 o potravinářských přídatných látkách. Specifikace potravinářských přídatných látek uvedených v přílohách II a III nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1333/2008 jsou stanoveny v nařízení Komise (EU) č. 231/2012, v platném znění.

Přídatné látky jsou děleny dle funkčních tříd na sladidla, barviva, kyseliny, regulátory kyselosti, Látky zvýrazňující chuť a vůni, lešticí látky, balicí plyny, stabilizátory, konzervanty, antioxidanty, nosiče, protispékavé látky, odpěňovače, emulgátory, tavící soli, zpevňující látky, zvlhčující látky, modifikované škroby, kypřicí látky, zahušťovadla a látky zvýrazňující kontrast (SZPI, 2017).

Země původu

Uvedení země původu je povinné pro každý výrobek, a tudíž i pro každou potravinu. U potravin je to především z důvodu, že opomenutí tohoto údaje by mohlo uvádět spotřebitele v omyl, obzvláště pokud by ostatní informace na potravině naznačovaly, že potravina pochází z jiného místa původu nebo jiné země. To musí být uvedeno zejména v případě, pokud primární složka produktu nepochází ze stejné země jako produkt z něj vyrobený. Pak je nutno uvést zemi původu primární složky zvláště. Uvedení země původu je obzvláště důležité pro potraviny jako je mléko, rovněž mléko použité jako složka v mléčných výrobcích, jiné druhy masa než hovězí, nezpracované potraviny nebo jednosložkové potraviny. Tato ustanovení vyplývají z regulačního rámce EU (Regulation of the European parliament and Council on the provision of food information to consumers 2011, čl. 26 odst. 3).

Způsob uchování potravin

Tyto informace slouží spotřebiteli jako návody, jak uchovat potraviny co nejdéle čerstvé a požitelné.

Každá potravina vyžaduje zvláštní podmínky pro svou nejdélejší možnou dobu použitelnosti, a to před i po otevření, proto se na obalech uvádí vhodný způsob uchování (Nařízení EP, 2011, článek 25).

Většinu potravin je vhodné, uchovávat v chladu a bez přístupu světla. Zvýšená teplota totiž podporuje biochemické reakce v potravine a podporuje růst nežádoucích mikroorganismů. U některých potravin je pak vhodné zabraňovat přístupu světla z důvodu změn barvy či konzistence. (MZe, 2015).

Datum minimální trvanlivosti

Datum spotřeby nebo datum minimální trvanlivosti udává nejdelší dobu, po kterou lze potravinu považovat za zdravou a zachovávající si své jedinečné vlastnosti. (Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011, článek 24).

Datum použitelnosti se používá u položek, které podléhají mikrobiologické zkáze, a mohou tak po krátké době bezprostředně ohrozit lidské zdraví. Oba termíny vymezují dobu, kdy má potravinu specifické vlastnosti a je zdravotně nezávadná. (Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011, článek 24).

Za slovy "Spotřebujte do..." musí být každá jednotlivě zabalená část buď přímo opatřena datem (v pořadí den, měsíc a rok, je-li to vhodné), nebo musí obsahovat odkaz na umístění data na etiketě nebo obalu. Okolnosti skladování potravinu musí následovat až za těmito údaji. (Suková 2014, s. 17).

Návod k použití potravinu

Na obalu potravinu musí být slovní návod k použití. Navíc může obsahovat i piktogramy, symboly a jiné obrazové znázornění, které by měl spotřebitel sledovat. První však musí být vždy slovní vyjádření návodu (Chýlková, 2016).

Výživové údaje

Povinné výživové údaje se týkají energetické hodnoty potravinu většinou vztahující se na 100 g produktu a mohou být vyjádřené buď v kilojoulech, nebo kilokaloriích a dávají tak spotřebiteli informace o energetické vydatnosti výrobku, a tedy i zastoupení živin. Některé výživové údaje jsou uváděny v případě, jsou-li pro potravinu podstatné. Mohou to být mononenasyčené mastné kyseliny, polynenasycené mastné kyseliny, polyalkoholy, škrob, vláknina, vitamíny nebo minerály zastoupené ve významném množství. (Nařízení EP, 2011, článek 34).

Výživové údaje nejsou povinné u koření nebo jejich směsi, kvasnice, sůl nebo náhražky soli, káva, čaj, instantní produkty, žvýkačky. (Suková 2014, s. 19).

Grafické symboly

Většina grafických symbolů používaných na obalech jsou univerzální, nadnárodní symboly, které mohou předávat stejné sdělení bez ohledu na jazyk. Proto jsou na celosvětovém trhu v podstatě nenahraditelné. Jejich malá velikost navíc umožňuje efektivní využití prostoru na etiketě. Existují různé standardní kategorie, které lze použít pro seskupení piktogramů, s nimiž se lze setkat na obalech moderních komerčních výrobků. Mezi ně například patří: (Blog, 2017)

- označení kvality a dodržování základních norem, jako je symbol CE, který označuje, že výrobek splňuje směrnice EU,
- piktogramy popisující původ a složení potravinářských výrobků,
- grafické symboly týkající se samotného obalu, zejména s ohledem na to, jak by se s ním mělo zacházet během přepravy a zda je vhodný k recyklaci,
- symboly označující různá nebezpečí spojená se skladováním a používáním výrobku.

Möbiusova smyčka

Jedná se o mezinárodní symbol pro recyklovatelný obal, a o jeden z nejnámějších symbolů na obalech (viz Obr. 3). Používá se jako upozornění, že obal je recyklovatelný a spotřebitel by jej měl recyklovat, pokud je to možné. (Highspeedtraining, 2016).



Obrázek 3 Möbiusova smyčka (Převzato od <https://www.istockphoto.com/cs/vektor/ikona-glyph-recycle-mobiusova-smy%C4%8Dka-recykla%C4%8Dn%C3%AD-zna%C4%8Dka-gm1191701939-338316425>)

Na obalech se rovněž můžeme setkat s mutací tohoto symbolu, a to s procentuálním číslem uprostřed smyčky (Obr. 4). Toto číslo pak zákazníkům uvádí procentuální část recyklovaného materiálu použitého při výrobě obalu (*MOLINA-BESCH, 2016*).



Obrázek 4 Möbiusova smyčka s procentuálním podílem (Převzato od <https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/food-packaging-symbols/>)

Zelený bod

Již více jak 30 let se používá symbol Zeleného bodu (viz. Obr. 5). Ten však znamená pouze to, že se výrobce připojil k systému Zeleného bodu, a tedy přispívá na recyklační aktivity (PACK, 2022).



Obrázek 5 Znak Zeleného bodu (Převzato od <https://duanedalton.com/Green-Dot-Symbol>)

Panáček vyhazující obal do koše

Jeden z nejčastěji používaných symbolů na obalech. Tento symbol však pouze informuje o tom, abychom neznečišťovali životní prostředí a vyhazovali obaly do koše, popelnice nebo kontejneru na odpady (viz Obr. 6). (*Charlottepackaging, 2016*).



Obrázek 6 Panáček vyhazující obal do koše (Převzato od <https://www.charlottepackaging.com/latest-news/what-do-food-packaging-symbols-mean/>)

2.2 Nepovinné informace na obalu potravin

Vedle povinných informací se na obalech potravin objevují i informace nepovinné, které na obalu plní spíše úlohu marketingovou. Tyto informace však nesmí, stejně jako ty povinné uvádět spotřebitele v omyl. Některé z nich pak musí být podloženy vědeckými údaji či splňovat určité certifikace potravin, jako jsou bioprodukty, biopotraviny, značky kvality nebo certifikace (Chýlková, 2016).

Ekologické symboly

V dnešní moderní době můžete při nákupu zboží narazit na nepřehledné množství značek, symbolů nebo označení. Ekoznačka, nebo-li ekologické značení či ekoznačení je symbol, který byl vyvinut pro lepší orientaci zákazníka. Slouží k označení produktů, které jsou ohleduplnější k životnímu prostředí. Certifikovány mohou být pouze ty výrobky, které splní stanovená kritéria a jsou tak šetrná k životnímu prostředí v průběhu celého svého životního cyklu od výroby až po likvidaci. Tato kritéria jsou nejčastěji garantována státem. (Organikk, 2021)

Biopotraviny

Biopotraviny jsou zpracovávány šetrně, bez použití umělých přísad nebo nebezpečných technologií, aby si zachovaly přirozenou chuť a výživové hodnoty. Díky tomu jsou nejbezpečnějšími a nejregulovanějšími potravinami na trhu a zákazníkovi zaručují vysokou kvalitu a transparentní proces výroby (PROBIO, 2017).

Všechny certifikované výrobky pak na sobě mohou nést grafické označení BIO a mohou se tak pro zákazníky odlišit od konkurence. Symbol pro biopotraviny používaný v Česku je tzv. „zelená zebra“ (viz obr. 7), která nese nápis BIO produkty ekologického zemědělství (cr2030, 2018).



Obrázek 7 Označení BIO potravin v ČR (Převzato od <https://www.cr2030.cz/magazin/kvalita-zivota/biopotraviny-ekologickeho-zemedelstvi-poznate-podle-povinneho-znaceni/>)

Evropským označením pro BIO je dvanáct bílých hvězdiček (viz obr. 8), které tvoří obvod listu v zeleném poli (cr2030, 2018).



Obrázek 8 Označení BIO potravin v EU (Převzato od <https://www.bezpecnostpotravin.cz/nove-logo-eu-pro-biopotravinu.aspx>)

Ekologicky šetrný výrobek

Eko značení je proces označování zboží a služeb, které v průběhu celého životního cyklu méně zatěžují životní prostředí. Kvalitní suroviny, výroba dodržující přísné předpisy o emisích do ovzduší a vody, minimalizace používání nebezpečných látek při zachování jejich účinnosti a jednoduchá likvidace. (Cenina, 2010)

Volitelný nástroj nazvaný ekoznačka (viz obr. 9) umožňuje podnikům částečně odlišit své zboží od zboží konkurence a zákazníkům usnadňuje výběr zboží šetrnějšího k životnímu prostředí (Cenina, 2010).



Obrázek 9 Označení Ekologicky šetrného výrobku (Převzato od <https://www.cenia.cz/spolecenska-odpovednost/ekoznaceni/>)

Spravedlivý obchod – Fair trade

Některé produkty, jako například čaj a káva, nelze nakupovat mimo rozvojové země, a proto nesou označení Fair Trade. Protože se tyto výrobky často dovážejí ze třetích zemí, je třeba zaručit, že při jejich výrobě jsou dodržovány určité standardy, jako je například zamezení dětské práce, spravedlivé odměňování pracovníků a nepoužívání škodlivých látek. Všechny tyto složky výroby zajišťuje certifikace Fair Trade. (Organikk, 2021)



Obrázek 10 Označení Fair trade (Převzato od <https://www.organikk.cz/blog/ekologicke-symboly/>)

Značky kvality

Značky kvality jsou důležitým vodítkem pro spotřebitele při nákupu, neboť jim dávají záruku kvalitního výrobku a původu potraviny. Tento údaj dává výrobcí jistou konkurenční výhodu, neboť tím prokazuje, že jeho produkt a výroba prošly certifikací a může tak zákazníkům nabídnout výše zmíněné jistoty. Nejznámějšími značkami jsou pak KLASA, Regionální potravina a Česká potravina (Narodniportal, 2020).

KLASA

Označení výrobku značkou KLASA je jedním z nejprestižnějších ocenění u nás, které se uděluje nejvyšším produktům potravin. Toto označení pomáhá i s propagací daných výrobků, neboť spotřebitelům zajišťuje stupeň kvality a původu. Tato značka (viz Obr. 10) je na trhu od roku 2003 a je udělována ministerstvem zemědělství (EKLASA, 2010).



Obrázek 11 Značka ocenění KLASA (Převzato od <https://www.cszm.cz/odkazy/znacky-kvality-potravin>)

Česká potravina

V roce 2016 byly v § 9b zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, ve znění pozdějších předpisů, stanoveny jasné a jednotné zásady pro dobrovolné označování potravin pocházejících z České republiky. Tato značka (viz Obr. 11) usnadňuje zákazníkům orientaci na trhu pro výběr českých potravin (Eagri, 2016).



Obrázek 12 Značka ocenění Česká potravina (Převzato od <https://www.cszm.cz/odkazy/znacky-kvality-potravin>)

Regionální potravina

Je symbol, který označuje ryze Českou potravinu, která zvítězila ve 13 krajských soutěžích a má za cíl zviditelnit a podpořit domácí producenty lokálních potravin a motivovat spotřebitele k jejich vyhledávání na pultech obchodů, farmářských trzích či přímo u výrobců. (Regionální potravina, 2017)



Obrázek 13 Značka ocenění Regionální potravina

Symbol pro potraviny bez lepku

Symbol zkříženého zrna (viz Obr. 12) je mezinárodně uznávaným symbolem bezpečné potraviny. Označuje výrobky, které získaly certifikaci bezpečnosti, což je pro podniky velmi důležité. Nejenže je uvedení symbolu bezpečné diety nutností pro lidi s nesnášenlivostí lepku, ale pomáhá také prodávat jejich výrobky lidem, kteří dodržují bezpečnou dietu z jiných důvodů (Pack, 2022).



Obrázek 14 Symbol pro potraviny bez lepku (Převzato od <https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/food-packaging-symbols/>)

Nepovinné informace mají za úkol marketingově oslovit zákazníka ať už slovně či různými symboly a nabídnout mu informace o produktu navíc, nejčastěji to bývají informace s ekologickou tématikou jako je například označení ekologicky šetrného výrobku nebo bio kvalita. Dále se mohou na obalech potravin objevovat soutěže, recepty na přípravu pokrmů či odkazy pomocí QR kódů k dalším informacím o produktu či značce. V neposlední řadě by tyto informace neměly uvádět zákazníky v omyl, neboť i podle nich činí rozhodnutí o nákupu, jak je popsáno v praktické části práce.

3 Výzkum vnímání spotřebitelů informací na obalech potravin

Na základě přehledů vědecké literatury týkající se obalů a označování potravin a v kontextu evropské politiky bezpečnosti potravin byly stanoveny základní otázky pro primární výzkum mezi spotřebiteli potravin. Výběr otázek byly navrženy podle studie *Evaluation of food labelling usefulness dor consumers* z roku 2018. Dále byly otázky rozšířeny o nové aspekty dotazování a v pilotním výzkumu s deseti respondenty se vybraly ty nejdůležitější. Okruhy otázek se pak týkaly následujících témat:

- Důvody, proč spotřebitel čte informace na obalu potravin.
- Důvody, proč spotřebitel nečte informace na obalu potravin.
- Které povinné informace spotřebitele ovlivňují nejvíce při rozhodování o nákupu.
- Které nepovinné informace spotřebitele ovlivňují nejvíce při rozhodování o nákupu.
- U kterých kategorií potravin jsou tyto informace pro spotřebitele důležité.

3.1 Cíle a použité metody výzkumu

Cílem primárního výzkumu bylo posouzení užitečnosti informací při nákupním rozhodování českých spotřebitelů ve věku 15 až 64 let. K naplnění cíle výzkumu byl vytvořen speciální online dotazník na Google Forms, který obsahoval 30 otázek rozdělených do výše uvedených 5 skupin. Distribuce dotazníku probíhala především prostřednictvím e-mailových pozvánek a sociálních médií po dobu 1 měsíce, a to měsíce května roku 2023. Z celkového počtu 5000 oslovených respondentů, bylo získáno 786 odpovědí. Vhodní respondenti byli zařazeni do výzkumu pomocí kvótního výběru s vázanými kvótami na pohlaví a věk. Tímto způsobem bylo vybráno celkem 100 respondentů na základě statistických údajů o struktuře obyvatelstva České republiky k 1.1. 2022 (Český statistický úřad 2023). Požadovaný vzorek respondentů měl strukturu uvedenou v tabulce 1.

Věk	Muži	Ženy
15-24 let	7	8
25-34 let	10	9
35-44 let	11	12

45-54 let	12	12
55-64 let	9	10

Tabulka 1- Struktura respondentů podle vázaných kvót na pohlaví a věk

Všechny otázky byly měřeny na pětibodové Likertově škále (1 = nikdy; 2 = zřídka, 3 = někdy, 4 = často 5 = vždy). Zahrnuty byly také otázky týkající se sociodemografických charakteristik, jako je pohlaví, věk, výše dosaženého vzdělání respondentů.

Sestavená tabulka 2, která zobrazuje rozdělení respondentů podle pohlaví, věku a nejvyššího dosaženého vzdělání. Vzhledem k technice sběru dat lze vzorek respondentů považovat za reprezentativní z hlediska pohlaví a věku, reprezentativnost vzorku z hlediska vzdělání respondentů však nebyla zachována. Podle vzdělanostní struktury Českého statistického úřadu (2021/2022) mají největší zastoupení základní a střední školy. Srovnání v tabulce 2 naopak ukazuje, že se jedná o poněkud vzdělanější vzorek respondentů, kde je málo respondentů ve skupině se základním vzděláním a výrazná převaha respondentů se středoškolským a vysokoškolským vzděláním.

Třídící znak	Kategorie	Relativní četnost
Pohlaví	Muž	50 %
	Žena	50 %
Věk respondenta	15-24 let	15 %
	25-34 let	19 %
	35-44 let	23 %
	45-54 let	24 %
	55-64 let	19 %
Dosažené vzdělání	Základní vzdělání	8 %
	Středoškolské vzdělání	54 %
	Vysokoškolské vzdělání	38 %

Tabulka 2- Struktura respondentů podle vázaných kvót na dosažené vzdělání

Při vyhodnocování dat výzkumu byly využity metody deskriptivní statistiky v programu MS Office Excel. Pro posouzení užitečnosti informací při nákupním rozhodování byly použity četnosti, aritmetický průměr a medián. Pro grafické znázornění porovnání názorů jednotlivých respondentů podle třídících znaků byly použity sloupcové grafy.

3.2 Výsledky výzkumu a jejich diskuse

3.2.1 Důvody, proč spotřebitel čte informace na obalu potravin

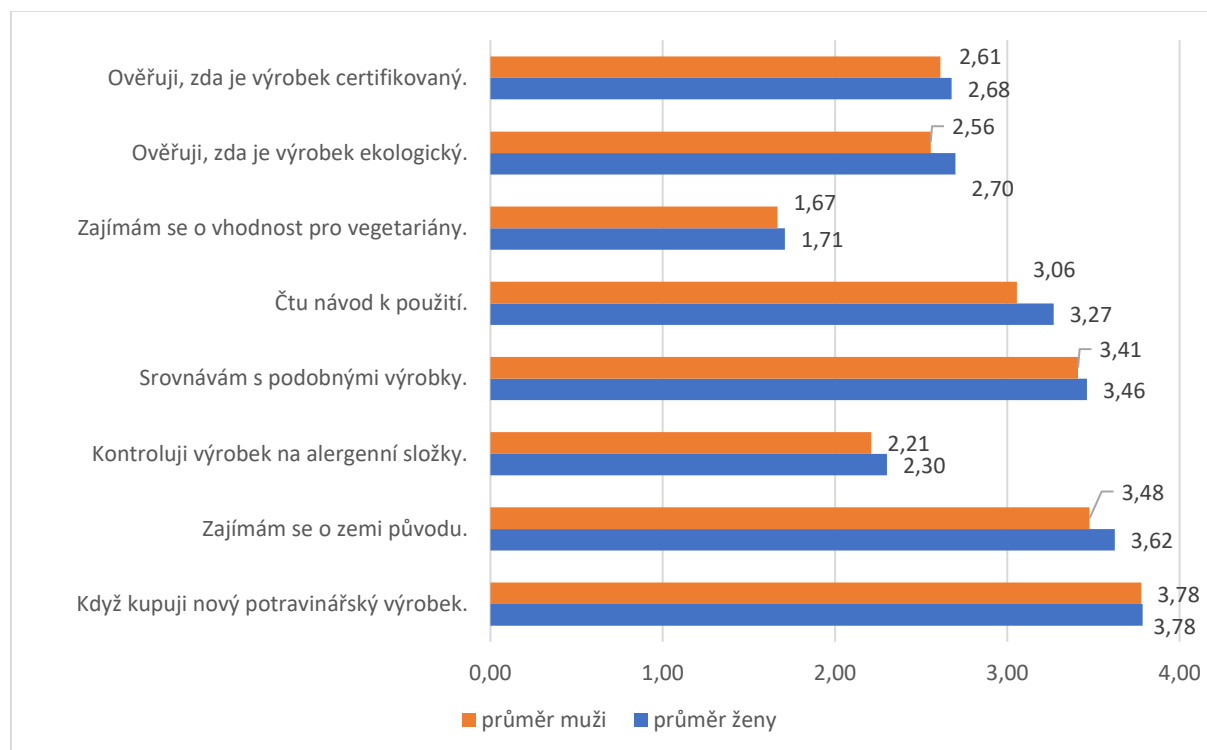
Jako první bylo zjištěno, při jakých okolnostech spotřebitel čte obal potravin, tyto hodnoty jsou zachyceny pomocí četností, průměru a mediánu v tabulce 3. Četnosti byly měřeny na pětibodové Likertově škále (1 = nikdy; 2 = zřídka, 3 = někdy, 4 = často 5 = vždy).

Aspekt	Četnost odpovědí					Medián	Průměr
	1	2	3	4	5		
Nový potravinářský výrobek	4 %	13 %	22 %	27 %	34 %	4	3,74
Země původu	7 %	17 %	22 %	26 %	29 %	4	3,53
Alergenní složky	47 %	21 %	11 %	3 %	18 %	2	2,24
Srovnávání	8 %	15 %	26 %	31 %	20 %	4	3,4
Návod k použití	14 %	17 %	25 %	28 %	16 %	3	3,15
Vhodnost pro vegetariány	73 %	9 %	7 %	1 %	10 %	1	1,66
ekologičnost	28 %	23 %	22 %	14 %	13 %	2	2,61
certifikát	29 %	16 %	27 %	18 %	10 %	3	2,64

Tabulka 3- Důvody, proč spotřebitel čte informace

Z tabulky 3 můžeme vyčíst, že respondenti v případech, kdy čtou informace na obalech potravin věnují nejmenší pozornost vhodnosti potraviny pro vegetariány a alergenním složkám což je pochopitelné, neboť tyto informace jsou přínosné pouze pro malou část populace. Naopak často srovnávají potraviny stejného druhu a tím se dostávají k potravinám novým. Velká část pozornosti je rovněž směřována k zemi původu potraviny ostatně jak naznačuje studie (WYRWA, 2017). Naopak odchýlení od studie (MOLINA-BESCH, 2017) je v rámci aspektu ekologičnosti, kdy se dá z tabulky vyčíst, že jen nízký podíl spotřebitelů věnuje těmto informacím pozornost a na jejich základě provádí svá nákupní rozhodnutí.

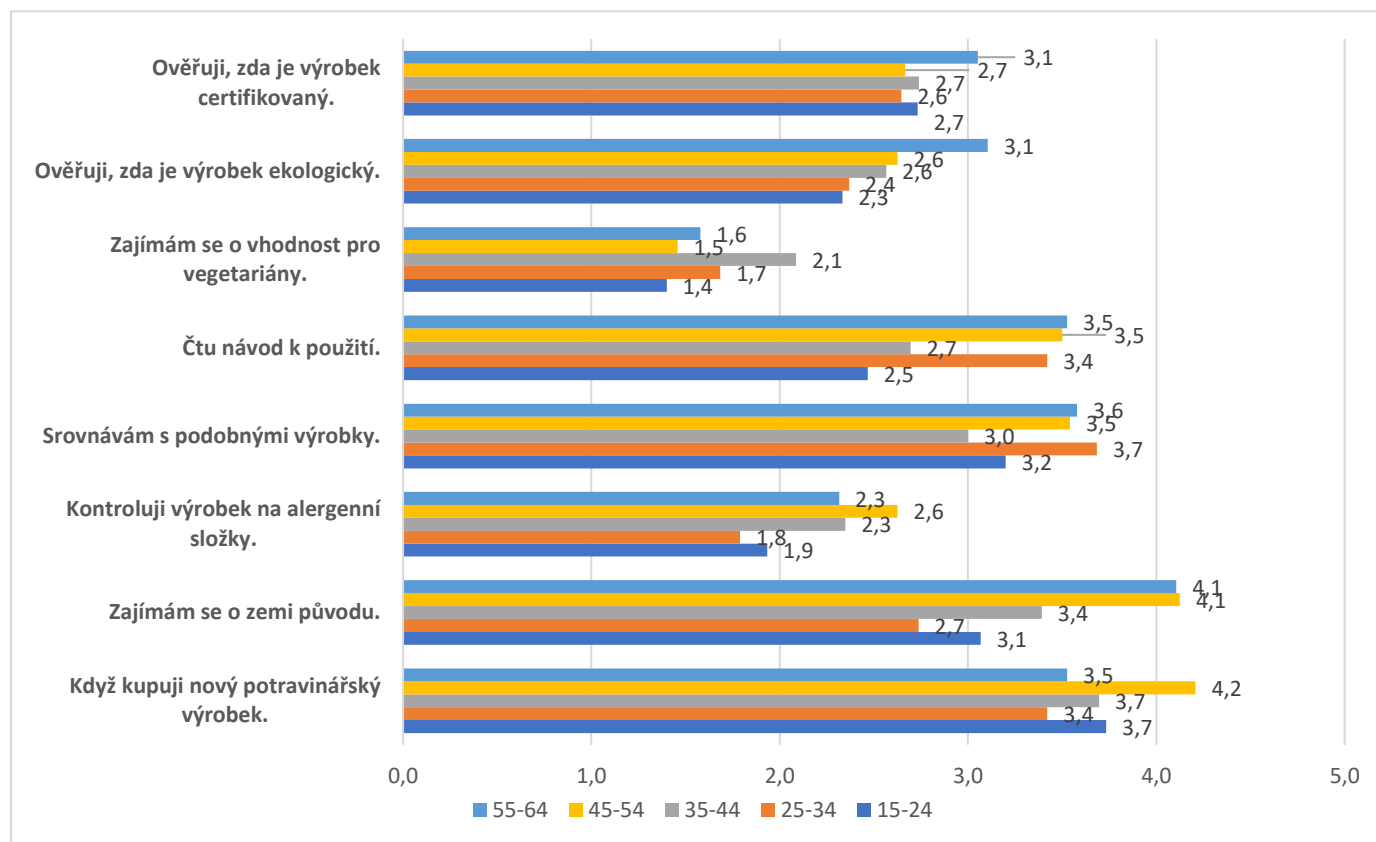
Další část analýzy dat byla zaměřena na porovnání aspektů, jak rozdílně respondenti čtou jednotlivé informace podle pohlaví. Jednotlivé rozdíly jsou zachyceny v grafu 1 jedná se pak o průměr hodnot.



Graf 1- Průměr hodnot čtení informací podle pohlaví

Grafu 1 naznačuje, že spotřebitelé mají stejný zájem o informace na obalech potravin bez ohledu na pohlaví. Graf dále naznačuje, že nejdůležitějším aspektem pro obě pohlaví je čtení informací při koupi nového výrobku. Pouze v některých případech se zdá, že o specifické informace jako je návod k použití nebo ekologičnost výrobku mají větší zájem ženy. To může vyplývat z faktu, že ženy jsou v domácnosti skupinou, která nejčastěji rozhoduje o tom, co se bude nakupovat.

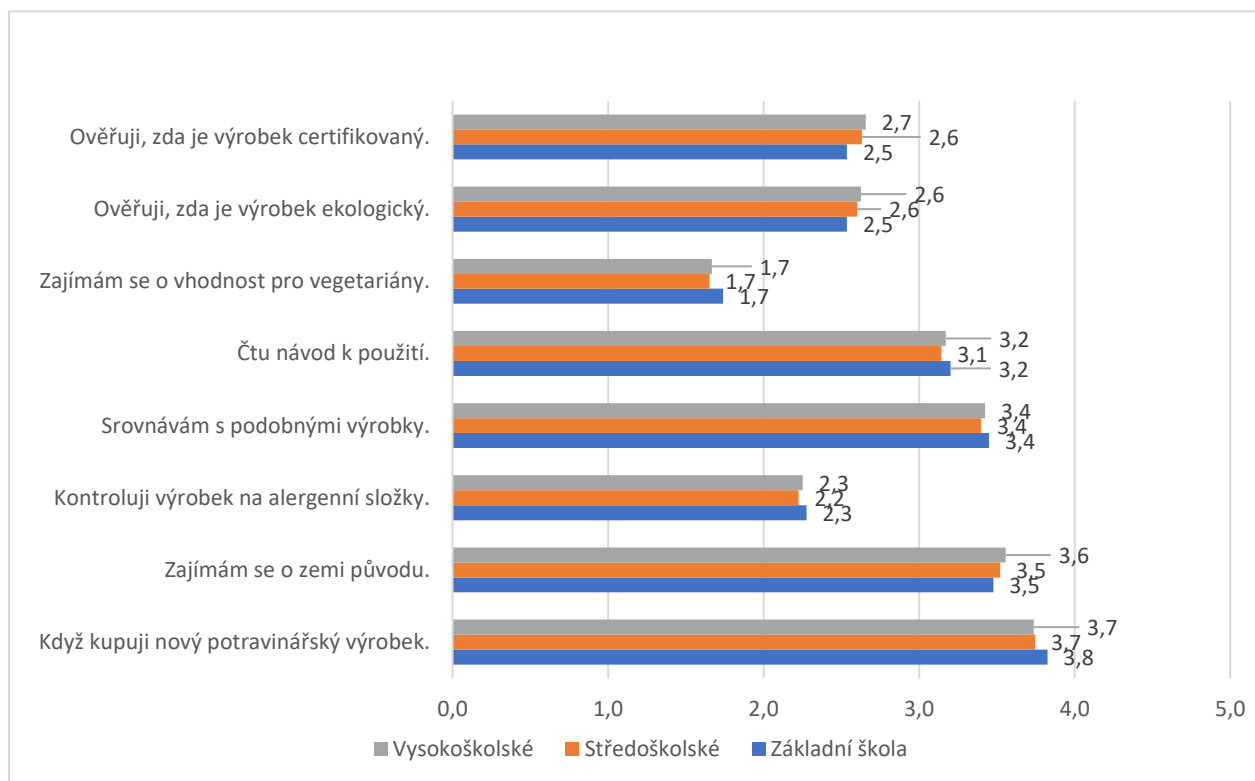
Další část analýzy se zaměřila na rozdíly ve čtení informací na obalech potravin podle věku dotazovaných respondentů. Porovnání aspektů dle věku je zobrazeno v grafu 2.



Graf 2- Důležitost aspektů napříč věkovým rozdělením

Z grafu 2 se zdá, že nejdůležitější jsou pro spotřebitele bez ohledu na věk informace na obalu potravin, když zkoumají nový výrobek a na něm nejčastěji čtou informace o zemi původu potravin. Grafu rovněž naznačuje, že informace více zajímají část populace starší 45 let. Rozdíly mezi věkovými skupinami jsou a největší rozdíl v odpovědích je u aspektu, který se týkal informace o zemi původu.

Posledním zkoumaným třídícím znakem bylo vzdělání. Rozdíl v postojích respondentů podle vzdělání je zobrazeno v grafu 3.



Graf 3- Důležitost aspektů podle úrovně dosaženého vzdělání

Z velmi nízkých rozdílů patrných v grafu 3 je možné usuzovat, že vzdělání respondentů nemá vliv na vnímání důležitosti jednotlivých aspektů při čtení informací na obalech potravin. Pro všechny bez ohledu na vzdělání je nejdůležitější čtení informací, když se rozhodují o koupi nového výrobku a nejčastěji čtou informace o zemi původu potravin a následně porovnávají další informace u stejného druhu potravin.

Provedená analýza rozdílů v postojích spotřebitelů ke čtení informací na obalech potravin naznačuje, že preference různých druhů informací na základě pohlaví nebo dosaženého vzdělání se v podstatě neliší.

3.2.2 Důvody, proč spotřebitel nečte informace na obalu potravin

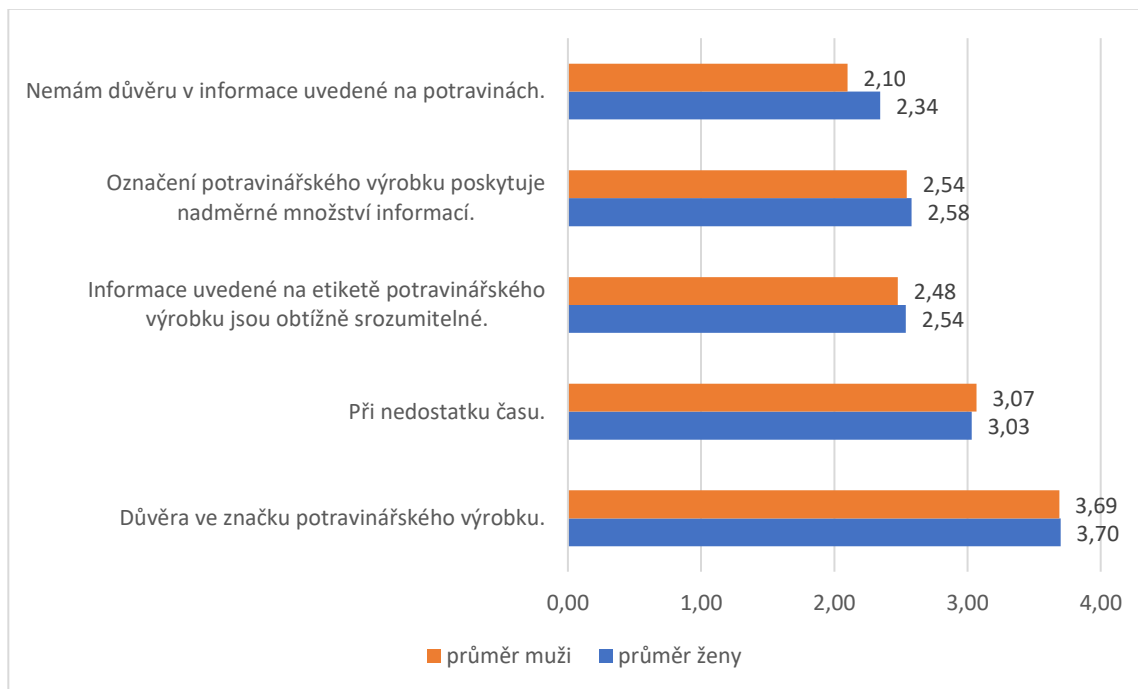
V další části této analýzy dat byly zkoumány příčiny a situace, kdy spotřebitel nečte informace na obalech potravin. Informace jsou zachyceny pomocí četností, průměru a mediánu v tabulce 4. Četnosti byly měřeny na pětibodové Likertově škále (1 = nikdy; 2 = zřídka, 3 = někdy, 4 = často 5 = vždy). Aspekty dotazování byly navrženy podle studie *Evaluation of food labelling usefulness dor consumers* z roku 2018.

Aspekt	Četnost odpovědí					Medián	Průměr
	1	2	3	4	5		
Důvěra ve značku	6 %	6 %	30 %	31 %	27 %	4	3,67
Nedostatek času	12 %	24 %	26 %	25 %	13 %	3	3,03
Obtížná srozumitelnost informací	28 %	24 %	23 %	19 %	6 %	2	2,51
Nadměrné množství informací	28 %	21 %	18 %	27 %	6 %	3	2,62
Nedůvěra v informace	42 %	20 %	18 %	10 %	10 %	2	2,26

Tabulka 4 – Důvody, proč spotřebitel nečte informace na obalech potravin

Tabulka 4 naznačuje z jakých důvodů spotřebitelé nečtou informace na obalech potravin. Nejčastěji spotřebitelé nečtou informace z důvodu důvěry značce, kterou kupují, a to téměř v 58 % případů. Lze se tedy domnívat, že si značky v průběhu let vybudovaly u zákazníků jistou důvěru. Dále tabulka naznačuje, že 38 % respondentů informace přehlíží z důvodu nedostatku času. Poměrně zajímavou domněnkou z tabulky je, že čtvrtina respondentů považuje srozumitelnost informací za příliš obtížnou a nerozumí poskytovaným informacím dále pak, že pětina respondentů nevěří informacím uváděných na obalech potravin.

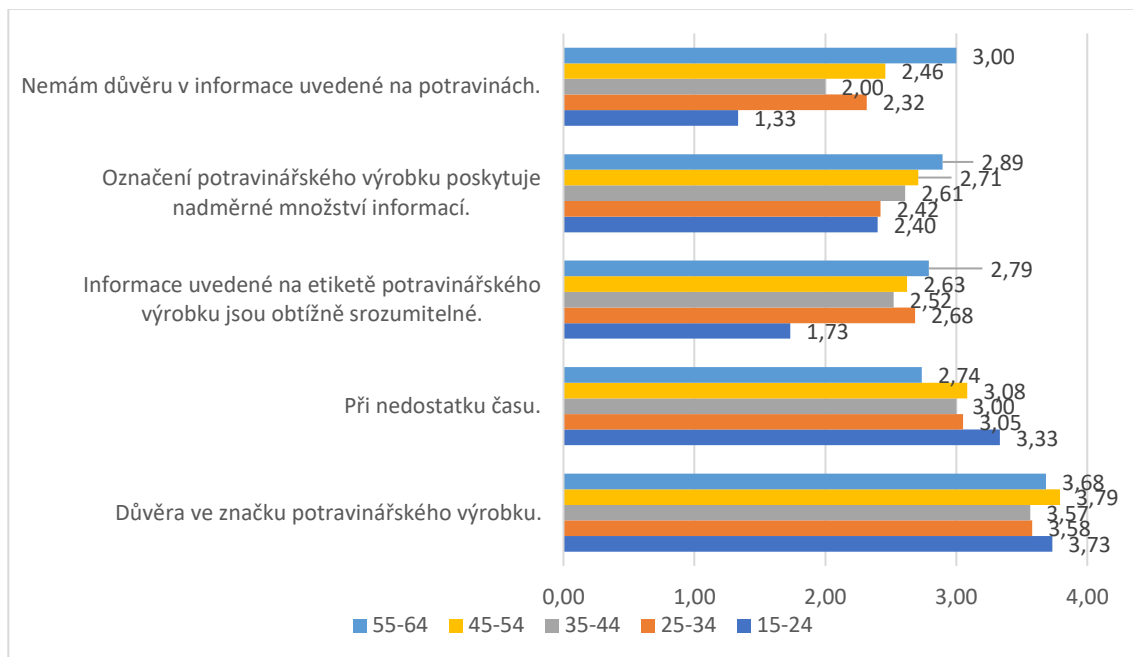
Další část analýzy dat byla zaměřena na porovnání aspektů, z jakých důvodů respondenti nechtou informaci dle rozdělení pohlaví. Jednotlivé rozdíly jsou zachyceny v grafu 4 jedná se pak o průměr hodnot.



Graf 4- Průměr hodnot nečtení informací podle pohlaví

Z grafu 4 se lze domnívat, že více nechtou informace na obalu potravin v určitých aspektech dotazování spíše ženy nežli muži, ale vzorek je příliš malý na to, aby se toto tvrzení dalo prokázat. Graf pak dále naznačuje, že obě pohlaví nechtou hlavně z důvodu důvěry ve značku potravinářského výrobku a dále se lze domnívat, že více nechtou informace ženy u produktů, u kterých nerozumí uváděným informacím na potravinářském výrobku. Největší rozdíl mezi pohlavím se pak může zdát, že je u aspektu nedůvěry v uváděné informace na potravinách kde ženy nedůvěřují o čtrnáct desetin více nežli muži.

Další část analýzy se zaměřila na rozdíly, kdy spotřebitelé nečtou informace na obalech potravin podle věku dotazovaných respondentů. Porovnání aspektů dle věku je zobrazeno v grafu 5.

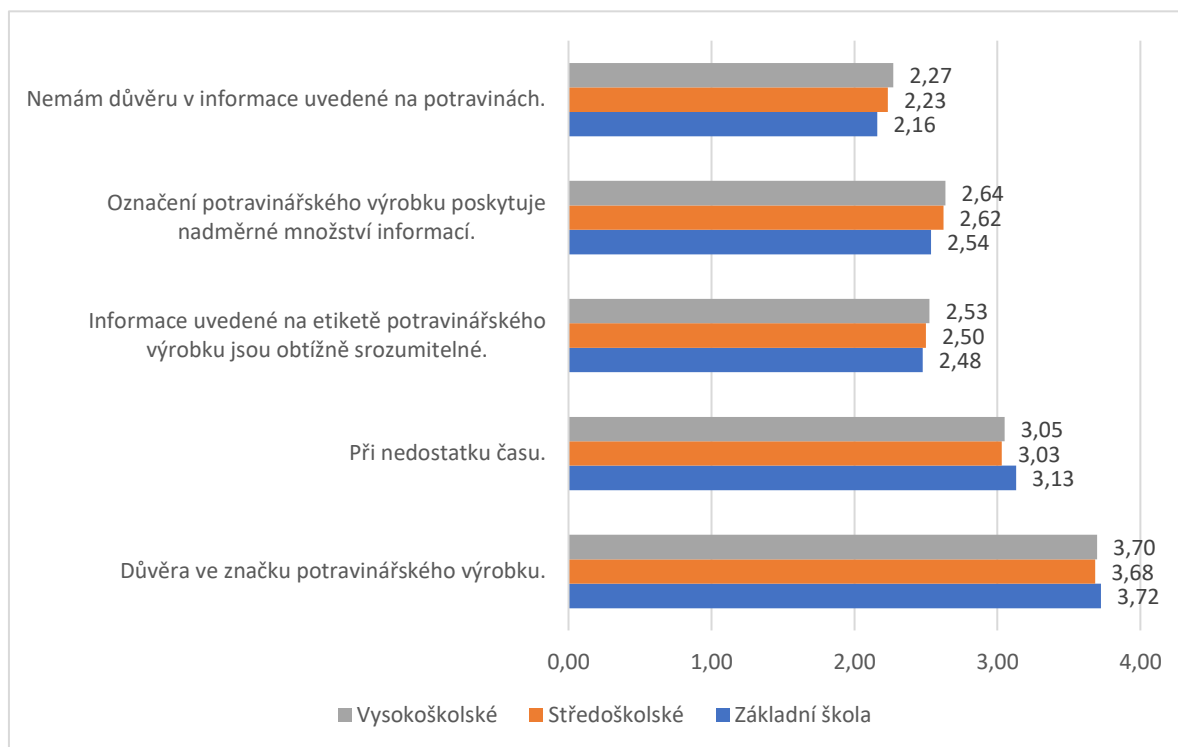


Graf 5- Průměr aspektů, kdy spotřebitelé nečtou informace na obalech

Z grafu 5 se zdá, že všechny věkové skupiny mají vybudovanou důvěru v značky, které kupují a nečtou tak informace na nich uvedené. Z grafu se lze předpokládat, že nejlépe chápou, a tudíž jsou nejsnáze pochopitelné informace pro spotřebitelé od 15–24 let věku. Dále lze uvažovat, že nejhůře chápou a nejméně čtou informace spotřebitelé od 55–64 let. Lze usuzovat, že s přibývajícím věkem klesá schopnost porozumět informacím uváděným na potravinách, a tudíž roste frekvence případů, kdy spotřebitelé neprovádějí kvalifikovaný výběr potravin.

Posledním zkoumaným třídícím znakem bylo vzdělání. Rozdíl v postojích respondentů

podle vzdělání je zobrazeno v grafu 6.



Graf 6- Průměr hodnot nečtení informací podle nejvyššího dosaženého vzdělání

Z velmi nízkých rozdílů patrných v grafu 3 je možné usuzovat, že vzdělání respondentů nemá vliv na případy, kdy nečtou informace uváděné na potravinách. Pro všechny bez ohledu na vzdělání má důvěra ve značku velkou váhu při rozhodnutí o nečtení informací na obalech potravin. Ze získaných dat se lze domnívat, že spotřebitelé s vysokoškolským vzděláním mají problém porozumět informacím a nejméně důvěřují uváděným informacím na obalu potravin to však musí být chybným měřením či anomálií ve vybraném vzorku respondentů.

Z provedené analýzy případů v postoji spotřebitelů, kdy nečtou informace na obalech potravin se dá naznačit, že nejčastějším důvodem pro nečtení informací je vybudovaná důvěra ve značky potravin napříč věkovými skupinami bez ohledu na vzdělání či pohlaví.

3.2.3 Faktory a informace ovlivňující nákupní rozhodnutí

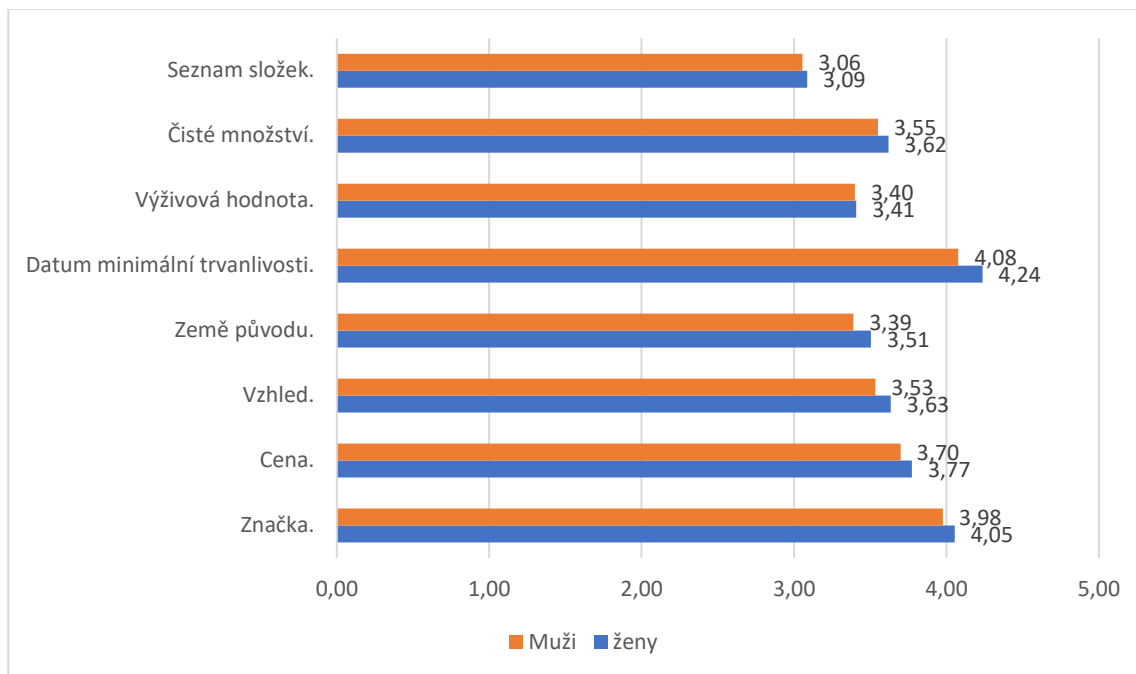
Jako další byly zjišťovány faktory a informace, které ovlivňují nákupní rozhodování spotřebitele potravin. Všechny zjišťované aspekty jsou zachyceny v tabulce 5 pomocí četností, průměru a mediánu. Četnosti byly měřeny na pětibodové Likertově škále (1 = nikdy; 2 = zřídka, 3 = někdy, 4 = často 5 = vždy) a rovněž z nich byl zpracován průměr a medián pro přehledné zobrazení v grafech. Aspekty dotazování byly navrženy podle studie *Evaluation of food labelling usefulness for consumers* z roku 2018.

Aspekt	Četnost odpovědí					Medián	Průměr
	1	2	3	4	5		
Značka	3 %	9 %	13 %	34 %	41 %	4	4,01
Cena	4 %	13 %	19 %	33 %	31 %	4	3,74
Vzhled	6 %	13 %	17 %	43 %	21 %	4	3,60
Země původu	11 %	21 %	11 %	29 %	28 %	4	3,42
Datum minimální trvanlivost	3 %	6 %	16 %	21 %	54 %	5	4,17
Výživová hodnota	11 %	17 %	19 %	29 %	24 %	4	3,38
Čisté množství	7 %	11 %	27 %	28 %	26 %	4	3,56
Seznam složek	16 %	20 %	26 %	25 %	13 %	3	2,99

Tabulka 5- Důležitost povinných informací na obalech potravin

Z tabulky 5 se zdá, že pro 75 % respondentů je informace o značce a datu minimální trvanlivosti nejdůležitější, a na jejich základě se vytváří prvotní nákupní rozhodnutí. Dále tabulka napovídá, že se spotřebitelé rozhodují o nákupu na základě informací o ceně, vzhledu potraviny a zemi původu. V menší míře se pak můžeme domnívat, že hrají roli informace o seznamu složek a výživových hodnotách, nedá se však říct, že je spotřebitelé zcela zanedbávají, ale nehrají při jejich nákupních rozhodnutích tak velkou roli jako je právě zmíněná cena nebo značka.

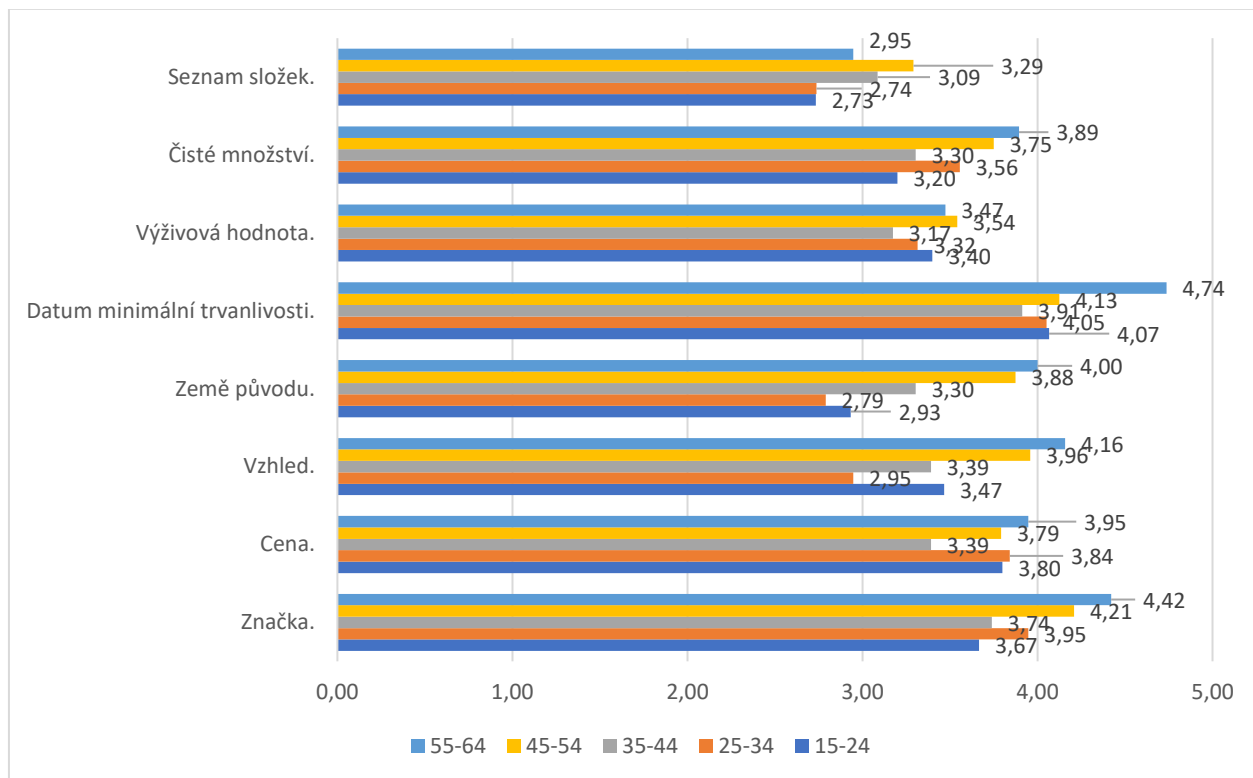
Další část analýzy dat je zaměřena na odhalení rozdílů v důležitosti povinných informací a faktorů na obalech potravin mezi pohlavím. Možné rozdíly v postojích respondentů jsou zachyceny v grafu 7.



Graf 7- Průměr důležitosti informací podle pohlaví

Z grafu 7 se lze domnívat, že nejdůležitější informace pro muže i ženy je informace o datu minimální trvanlivosti. Dále můžeme se zdát, že pro ženy jsou všechny dotazované informace důležitější než pro muže, ale pro obě pohlaví je téměř identicky nejméně důležitá informace o seznamu složek v potravině. To, že jsou jednotlivé aspekty důležitější pro ženy, nežli pro muže může být způsobeno tím, že ženy dbají více na kvalitu potravin.

Další část analýzy se zaměřila na odhalení rozdílů v důležitosti povinných informací a faktorů na obalech potravin podle věku dotazovaných respondentů. Porovnání aspektů dle věku je zobrazeno v grafu 8.

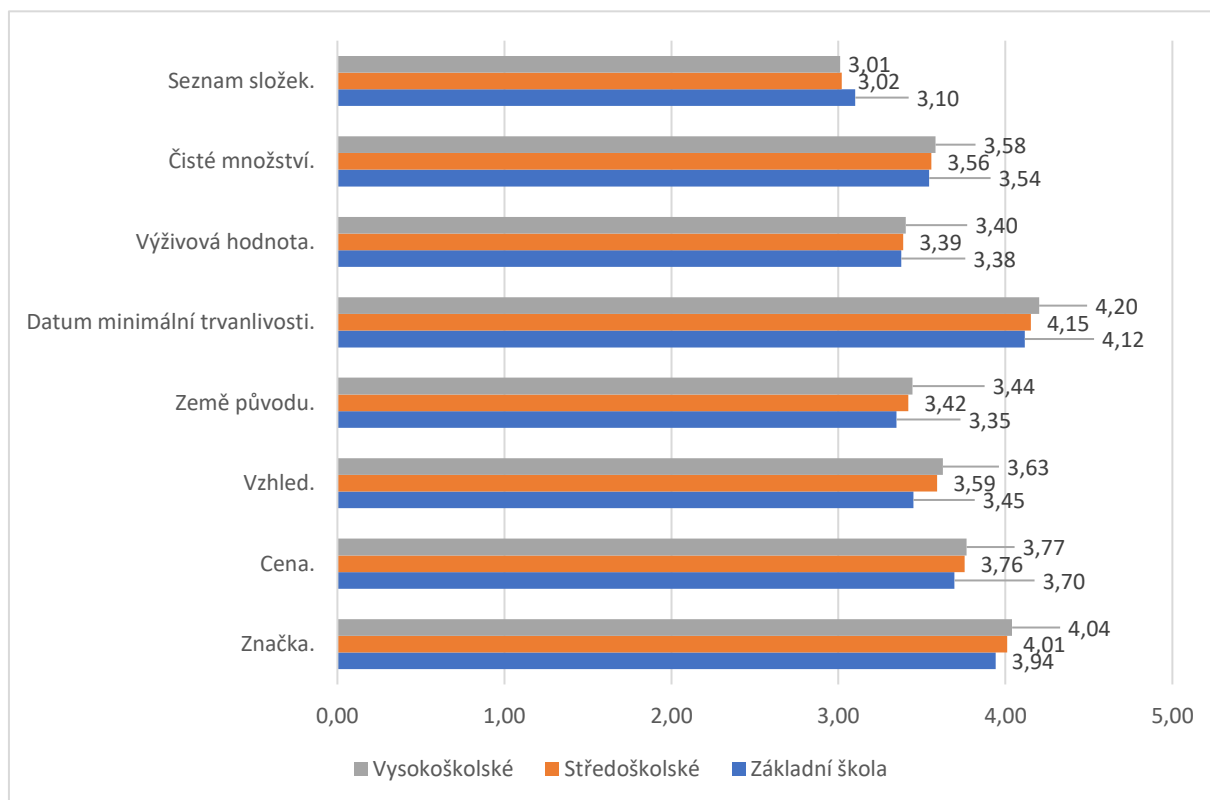


Graf 8- Průměr důležitosti informací podle věku

Z vynesných hodnot v grafu 8 se zdá, že největší zájem o tyto informace je mezi respondenty od 55 do 64 let věku a považují je tak za více hodnotné při rozhodování o nákupu než jiné věkové skupiny. Téměř v každém aspektu je výrazný propad generace nejmladší vůči generaci nejstarší. Největší propad je pak u aspektu země původu, kde respondenti ve věku do 64 let považují za výrazně důležitější než respondenti ve věku 25–34 let.

Posledním zkoumaným třídícím znakem bylo vzdělání. Rozdíl v postojích respondentů

podle vzdělání je zobrazeno v grafu 9.



Graf 9- Průměr důležitosti informací podle dosaženého vzdělání

Z grafu 9 se zdá, že vzdělání dotazovaných respondentů má minimální vliv na vnímání důležitosti jednotlivých aspektů při posuzování důležitosti informací na obalech potravin. Pro všechny bez ohledu na vzdělání je nejdůležitější informace o datu minimální trvanlivosti naopak nejmenší důležitost má informace o seznamu složek.

Z provedené analýzy důležitosti povinných informací se můžeme domnívat, že spotřebitelé se rozhodují nejčastěji dle data minimální trvanlivosti napříč věkovými skupinami bez ohledu na vzdělání či pohlaví. Naopak minimální role při rozhodování o nákupu se klade informaci o seznamu složek.

3.2.4 Faktory a nepovinné informace ovlivňující nákupní rozhodnutí

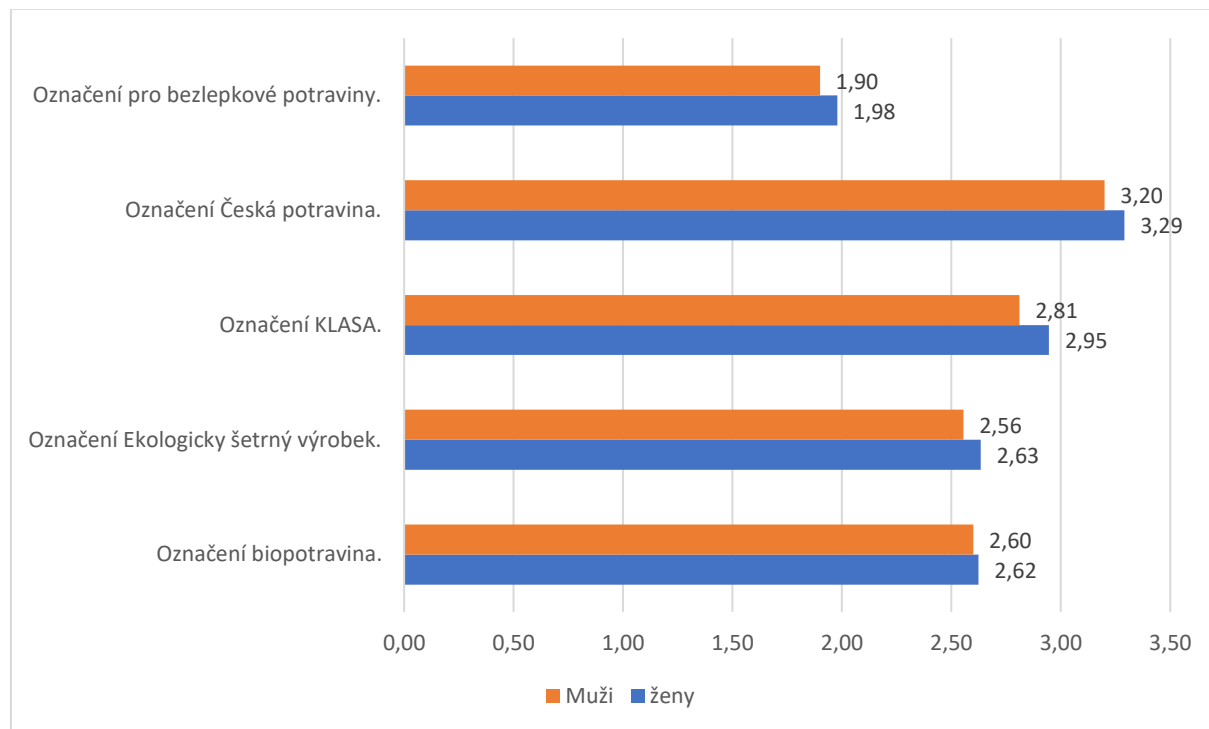
Jako další byly zjišťovány faktory a nepovinné informace, které ovlivňují nákupní rozhodování spotřebitele potravin. Všechny zjišťované aspekty jsou zachyceny v tabulce 6 pomocí četností, průměru a mediánu. Četnosti byly měřeny na pětibodové Likertově škále (1 = nikdy; 2 = zřídka, 3 = někdy, 4 = často 5 = vždy) a rovněž z nich byl zpracován průměr a medián pro přehledné zobrazení v grafech. Aspekty dotazování byly navrženy podle studie *Evaluation of food labelling usefulness for consumers* z roku 2018

Aspekty	Četnosti odpovědí					Medián	Průměr
	1	2	3	4	5		
Označení biopotravin	32 %	23 %	16 %	17 %	12 %	2	2,54
Označení Ekologicky šetrný výrobek.	29 %	25 %	17 %	21 %	8 %	2	2,54
Označení KLASA	25 %	19 %	18 %	25 %	13 %	3	2,82
Označení Česká potravina	13 %	23 %	19 %	21 %	24 %	3	3,20
Označení pro bezpečkové potraviny	60 %	14 %	9 %	9 %	8 %	1	1,91

Tabulka 6 - Důležitost nepovinných informací na obalech potravin

Z tabulky 6 se můžeme domnívat, že pro více jako 50 % spotřebitelů nejsou označení biopotravin a ekologicky šetrné výrobky důležitým faktorem pro rozhodování o nákupu. Naopak je pro spotřebitele poměrně časté že je ovlivňuje označení KLASA a Česká potravina. Nejmenší roli se zdá, že má pro spotřebitele označení bezpečkové potraviny.

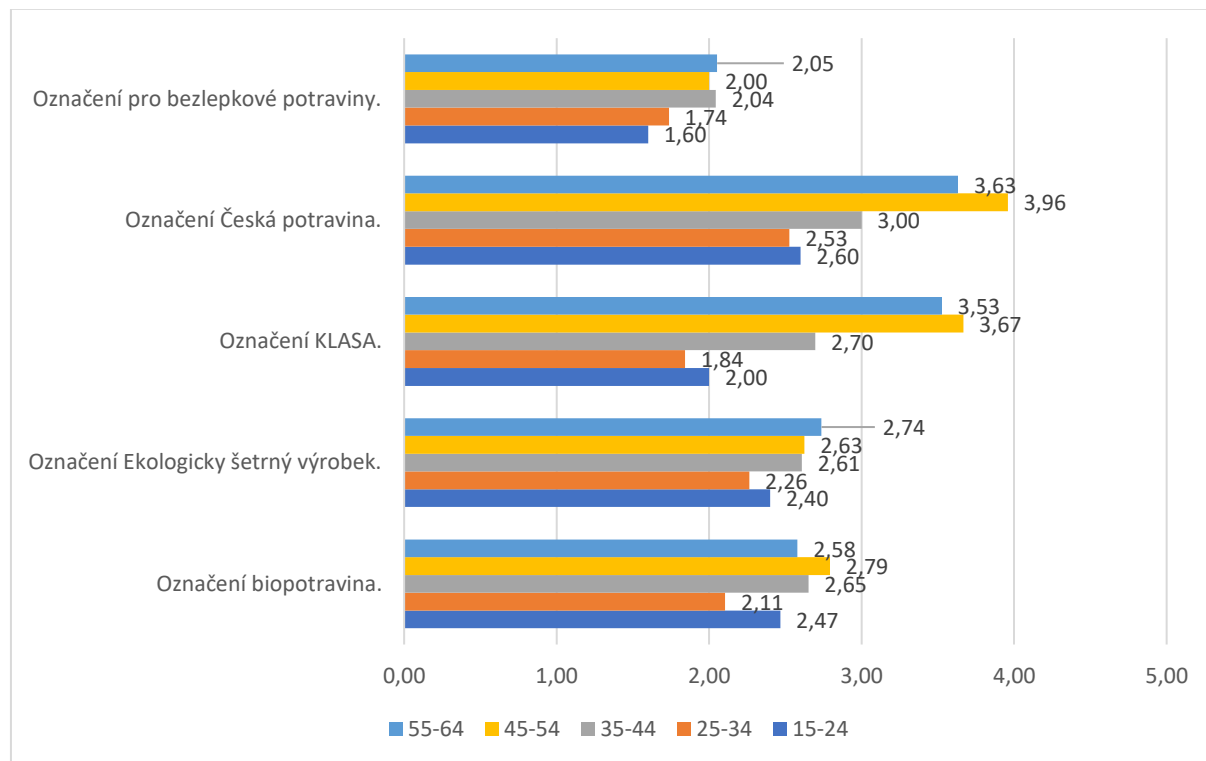
Další část analýzy dat je zaměřena na odhalení vlivu nepovinných informací a faktorů na obalech potravin mezi pohlavím. Možné rozdíly v postojích respondentů jsou zachyceny v grafu 10.



Graf 10- Průměr důležitosti nepovinných informací podle pohlaví

Grafu 10 naznačuje, že nejdůležitější nepovinná informace pro muže i ženy je informace o označení České potraviny a označení KLASA. Dále se můžeme domnívat, že pro ženy jsou všechny dotazované informace důležitější než pro muže, ale pro obě pohlaví je téměř identicky nejméně důležitá nepovinná informace o označení bezpečkové potraviny a ekologicky šetrný výrobek. To, že jsou jednotlivé aspekty nepovinných informací důležitější pro ženy, než-li pro muže, může být způsobeno tím, že ženy dbají více na výběr kvalitních potravin.

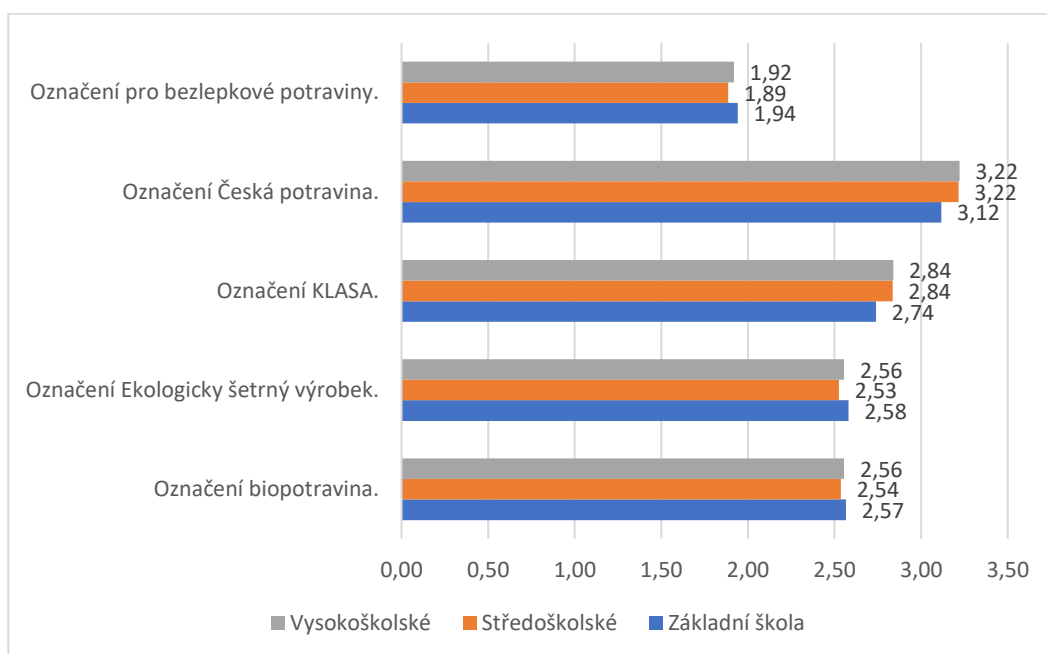
Další část analýzy se zaměřila na odhalení rozdílů v důležitosti nepovinných informací a faktorů na obalech potravin podle věku dotazovaných respondentů. Porovnání aspektů dle věku je zobrazeno v grafu 11.



Graf 11-Průměr důležitosti nepovinných informací podle věku

Z vynesných hodnot v grafu 11, se můžeme domnívat, že největší zájem o nepovinné informace je mezi respondenty od 45–54 let věku a považují je tak za více hodnotné při rozhodování o nákupu než jiné věkové skupiny. Nejmenší zájem o nepovinné informace jeví skupina respondentů od 25 - 34 let věku, a to u některých aspektů téměř o dva body jako je tomu u označení KLASA nebo Česká potravina, proto lze usuzovat, že pro ostatní skupiny jsou nejdůležitějším aspektem z nepovinných informací. Všechny aspekty pak vyznačují nárůst zájmu v průběhu věku spotřebitele.

Posledním zkoumaným třídícím znakem bylo vzdělání. Rozdíl v postojích respondentů podle vzdělání je zobrazeno v grafu 12.



Graf 12- Průměr důležitosti nepovinných informací podle dosaženého vzdělání

Vynesené hodnoty z grafu 12 naznačují, že vzdělání dotazovaných respondentů má minimální vliv na vnímání důležitosti jednotlivých aspektů při posuzování důležitosti nepovinných informací na obalech potravin. Můžeme se domnívat, že pro všechny bez ohledu na vzdělání je nejdůležitější nepovinné označení Česká potravina a označení KLASA. Nejméně důležité při rozhodování pak bývá označení pro bezpečkové potraviny.

Provedená analýza důležitosti nepovinných informací napovídá, že spotřebitelé se rozhodují nejčastěji dle označení České potraviny a označení KLASA napříč věkovými skupinami bez ohledu na vzdělání či pohlaví. Naopak minimální roli při rozhodování o má označení bezpečkové potraviny.

3.2.5 Kategorie potravin, pro které jsou tyto informace důležité u spotřebitelů

V poslední fázi výzkumu byly zjišťovány četnosti jednotlivých kategorií potravinářských výroků, všechny zjišťované kategorie jsou zachyceny v tabulce 7 pomocí četností, průměru a mediánu. Četnosti byly měřeny na pětibodové Likertově škále (1 = nikdy; 2 = zřídka, 3 = někdy, 4 = často 5 = vždy). Aspekty dotazování byly navrženy podle studie *Evaluation of food labelling usefulness dor consumers* z roku 2018.

Kategorie	Četnost odpovědí					Medián	Průměr
	1	2	3	4	5		
Maso a masné výrobky	9 %	8 %	14 %	23 %	46 %	4	3,89
Ryby a rybí výrobky	22 %	16 %	12 %	25 %	25 %	3,5	3,15
Mléko a mléčné výrobky	7 %	12 %	12 %	22 %	47 %	4	3,90
Mražené výrobky	14 %	22 %	23 %	24 %	17 %	3	3,08

Tabulka 7- Kategorie potravin

Z tabulky 7 se zdá, že respondenti čtou nejvíce informace na obalech masa a masných výrobků spolu s mlékem a mléčnými výrobky z toho lze usuzovat, že právě u těchto výrobků mají informace, ať už povinné či nepovinné největší význam při kvalifikovaném výběru potravin pro spotřebitele. Menší pozornost věnují spotřebitelé informacím na výrobcích z ryb patrně ze stejného důvodu jako u mražených výrobků, a to je předpoklad, že mražené či chlazené potraviny mají delší dobu minimální trvanlivost než ostatní výrobky.

Ostatně to vyplývá i z provedeného kvantitativního výzkumu, neboť největší míra pozornosti a důležitosti pro kvalifikovaný výběr potravin je kladena na povinnou informaci o datu

minimální trvanlivosti, značce a ceně. Nelze však jednoznačně určit která z těchto informací má v konečném rozhodnutí největší význam pro spotřebitele.

Ze získaných se lze domnívat, že nejpodstatnější vliv na rozhodnutí v rámci nepovinných informací má označení Českého výrobku a označení KLASA, obě tato označení dávají českému spotřebiteli důkaz o zakoupení výrobku, který byl vyroben na území ČR.

Nejmenší pozornost vhodnosti potravin pro vegetariány a alergenním složkám, pokud tyto dvě veličiny zprůměrujeme dostaneme fakt, že 60 % spotřebitelů tyto informace nezajímají. Naopak spotřebitelé velice rádi srovnávají potraviny stejného druhu a tím se dostávají k potravinám novým. Velká část pozornosti je rovněž směřována k zemi původu potravin ostatně jak naznačuje studie (WYRWA, 2017). Naopak odchylení od studie (MOLINA-BESCH, 2017) je v rámci aspektu ekologičnosti, kdy se dá z tabulky vyčíst, že jen málo spotřebitelů věnuje těmto informacím pozornost a na jejich základě provádí svá nákupní rozhodnutí.

Navzdory snahám vyvinutým úřady o zlepšení zdravého životního stylu a dalšího zvyšování bezpečnosti potravin a veřejného zdraví současná studie ukázala, že velká část spotřebitelů nečte etikety na potravinách. V důsledku toho byly jako nejčastější faktory, na které respondenti odpovídali, označeny nedostatek času a důvěra značce. Respondenti obecně považovali všechny povinné informace na potravin za důležité.

ZÁVĚR

Cílem práce bylo zmapovat problematiku informací na obalech potravin. Blíže bylo zkoumáno, které informace spotřebitelé zajímají a čtou je a pokud nečtou jaké k tomu mají důvody, a které informace jsou v rozhodovacím procesu spotřebitelů pravděpodobně důležitější při rozhodování o nákupu. Proto bylo v teoretické části práce zapotřebí vymezit pomocí rešerše vědeckých materiálů pojmy: co je to obal, jaké jsou jeho druhy a funkce, specifikace a výčet povinných informací i nepovinných informací.

Informace na obalech potravin mají za úkol poskytnout spotřebiteli zevrubný popis o složení, vlastnostech, způsobu skladování a použití. Požadavky pro uvádění informací na potravinách upravuje evropská legislativa z Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011. V jejímž rámci jsou stanoveny požadavky pro uvádění informací na potravinách v celé EU. Stanovuje, jaké informace musí být uvedeny povinně, jakou velikostí písma musí být uvedeny a kde mají být uvedeny. Dále mezi povinného označení jsou zařazeny informace o jméne firmy (značka), název potraviny, čisté množství, seznam složek, místo původu, datum minimální trvanlivosti, množství přítomných složek a návod k použití.

Nepovinné označování jsou často informace pouze pro marketingové účely výrobce, nejčastěji pro zvýraznění produktu. Legislativa však udává, že takovéto informace nesmí být nejednoznačné či matoucí a všeobecně nesmí uvádět spotřebitele v omyl. Nejčastějšími a legislativně ošetřenými nepovinnými informacemi jsou pak informace o vhodnosti potraviny pro vegetariány nebo vegany, nebo označování BIO potravin.

V praktické části práce bylo pomocí kvantitativního výzkumu zkoumáno, zda spotřebitelé čtou informace uváděné na obalech potravin a jaké informace nejvíce zhodnocují při kvalifikovaném nákupním rozhodnutí. Z celkového počtu 5000 oslovených respondentů, bylo získáno 786 odpovědí. Vhodní respondenti byli zařazeni do výzkumu pomocí kvótního výběru s vázanými kvótami na pohlaví a věk. Tímto způsobem bylo vybráno celkem 100 respondentů na základě statistických údajů o struktuře obyvatelstva České republiky k 1.1. 2022. Aspekty dotazování byly navrženy a dále rozšířeny podle studie *Evaluation of food labelling usefulness for consumers* z roku 2018. Pro vytvoření finální verze dotazování byl proveden pilotní výzkum s deseti respondenty pro upřesnění a vyloučení různých aspektů. Dále byly zkoumány případy kdy

spotřebitelé nečtou informace na obalech potravin a jejich důvody k tomuto rozhodnutí. Dále byla zkoumána důležitost povinných i nepovinných informací při rozhodování o nákupu.

Zjištěné výsledky výzkumu naznačují, že nákupní rozhodnutí spotřebitelů, kteří čtou informace na obalech potravin je nejvíce ovlivněno v situaci, kdy porovnávají produkty a zajímají se o nový potravinářský výrobek. Tyto informace se mohou zdát nejdůležitější pro nákupní rozhodnutí skupiny spotřebitelů starší 55 let, dosažené vzdělání či pohlaví pak mají na tento jev zanedbatelný vliv. Z výzkum se lze dále domnívat, že lidé, kteří nečtou informace na obalech potravin tak nejčastěji činí z důvodu vybudované důvěry ve značku a z důvodu nedostatku času na provedení informovaného nákupního rozhodnutí.

V poslední části výzkumu, byla zkoumána důležitost povinných i nepovinných informací pro rozhodování o nákupu. Z provedené analýzy se lze domnívat, že z povinných informací nejvíce ovlivňuje rozhodnutí o nákupu informace o datu minimální spotřeby a značce, a to nejvíce u nejstarších generací žen bez ohledu na vzdělání. Z nepovinných informací pak pravděpodobně nejvíce ovlivňuje označení Českého výrobku a označení KLASA, a to u starších generací žen.

Z výzkum lze předpokládat, že Čeští spotřebitelé hlavně pak ženy ve starších věkových kategoriích provádí kvalifikované nákupní rozhodnutí na základě zejména povinně uváděných informací na obalech potravin, a to nejvíce u masných a mléčných výrobků, ale zároveň berou v potaz i nepovinné označení výrobků jako je označení Česká potravina a KLASA. Nejmenší zájem o tyto informace je pak u mražených a rybích výrobků.

POUŽITÁ LITERATURA

1. Ankiel, Magdalena, Paulina Majewska a Maciej Urbaniak. *Packaging as a Purchase Determinant on the Dietary Supplement Market in Poland. Marketing of Scientific and Research Organizations*. 2021, 40(2), 23-34. ISSN 2353-8414. Dostupné z: doi:10.2478/minib-2021-0007
2. Biopotraviny z ekologického zemědělství poznáte podle povinného značení. *Cr2030* [online]. 2017, 2018 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.cr2030.cz/magazin/kvalita-zivota/biopotraviny-ekologickeho-zemedelstvi-poznate-podle-povinneho-znaceni/>
3. Biopotraviny. *PROBIO* [online]. 2017 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.probio.cz/cs/probio-svet/blog/biopotraviny-jsou-nejbezpecnejsi-a-nejvice-kontrolovane-potraviny-na-trhu-10013>
4. Caner, Cengiz a Melvin A. Pascall. *Consumer complaints and accidents related to food packaging. Packaging Technology and Science*. 2010, 23(7), 413-422. ISSN 08943214. Dostupné z: doi:10.1002/pts.908
5. Český statistický úřad [online]. Praha, 2023 [cit. 2023-06-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>
6. Ekologické symboly. *Organikk* [online]. Praha, 2021, 2021 [cit. 2023-06-29]. Dostupné z: <https://www.organikk.cz/blog/ekologicke-symboly/>
7. Ekoznačení. *Cenina* [online]. 2010, 2010 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.cenia.cz/spolecenska-odpovednost/ekoznaceni/>
8. Food labels. *Better health* [online]. 2018 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.betterhealth.vic.gov.au/health/healthyliving/food-labels#list-of-ingredients-on-food-labels>
9. Food Packaging Symbols and What They Mean. *Pack-supplies* [online]. 2022 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.pack-supplies.co.uk/uk-food-packaging-symbols/>
10. Food Packaging Symbols: What Do They Mean?. *Highspeedtraining* [online]. 2016 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/food-packaging-symbols/>

11. Green Dot Symbol. *Duanedalton* [online]. 2021 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://duanedalton.com/Green-Dot-Symbol>
12. Gros, Ivan. *Logistika*. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 1996. ISBN 80-7080-262-6.
13. Gupta, R.K. a P. DUDEJA. Food packaging. *Food Safety in the 21st Century* [online]. Elsevier, 2017, 547-553 [cit. 2023-02-08]. ISBN 9780128017739. Dostupné z: doi:10.1016/B978-0-12-801773-9.00046-7
14. CHýlková, Markéta. *Základní legislativní požadavky na označování potravin*. Praha: VŠCHT, 2016. Dostupné z: <https://ukp.vscht.cz/files/uzel/0007652/MzCOz0INzyzOSSzJLEuMr8pLTE7NywQA.pdf?redirected>
15. Kanny, G., D. Dano, J.-L. Danan, C. Astier a S. Lefevre. *Information des consommateurs allergiques et étiquetage : actualités. Revue Française d'Allergologie*. 2015, **55**(7), 483-491. ISSN 18770320. Dostupné z: doi:10.1016/j.reval.2015.09.011
16. Khuong, Mai Ngoc a Nguyen Thi Huyen Tran. *The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention — An Empirical Study of Phuc Long's Packaged Tea Products. International Journal of Trade, Economics and Finance* [online]. 2018, **9**(1), 8-13 [cit. 2023-02-08]. ISSN 2010023X. Dostupné z: doi:10.18178/ijtef.2018.9.1.580
17. Lindh, Helena, Helen WILLIAMS, Annika Olsson a Fredrik Wikström. *Elucidating the Indirect Contributions of Packaging to Sustainable Development: A Terminology of Packaging Functions and Features. Packaging Technology and Science*. 2016, **29**(4-5), 225-246. ISSN 08943214. Dostupné z: doi:10.1002/pts.2197
18. Martinelli, Katie. Why is Food Labelling Important?. *Highspeedtraining* [online]. London, 2018 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/importance-of-food-labels/>
19. Ministerstvo zemědělství. *Bezpečnostpotravin: Uchování potravin* [online]. Praha, 2015, 2015 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/web/mze/>

20. Molina-Besch, Katrin. *Prioritization guidelines for green food packaging development*. *British Food Journal*. 2016, **118**(10), 2512-2533. ISSN 0007-070X. Dostupné z: doi:10.1108/BFJ-12-2015-0462
21. MOREIRA, M. J., J. GARCÍA-DÍEZ, J. M. M. M. DE ALMEIDA a C. SARAIVA. *Evaluation of food labelling usefulness for consumers*. *International Journal of Consumer Studies*. 2019, **43**(4), 327-334. ISSN 1470-6423. Dostupné z: doi:10.1111/ijcs.12511
22. Národní program Česká kvalita. *Oficiální portál rady kvality ČR* [online]. 2020 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/program-ceska-kvalita/>
23. *Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1333/2008: o potravinářských přídatných látkách*. In: . ročník 2008. Dostupné také z: <https://esipa.cz/sbirka/sbsrv.dll/sb?DR=AZ&CP=02008R1333-20210808>
24. *Nařízení Evropského parlamentu a rady (EU) č. 1169/2011*. In: . ročník 2011. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:02011R1169-20180101#tocId74>
25. O nás. *Regionální potravina* [online]. Praha, 2017 [cit. 2023-06-29]. Dostupné z: <https://www.regionalnipotravina.cz/o-nas>
26. O značce KLASA. *EKLASA* [online]. 2010 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.eklasa.cz/co-je-klasa>
27. Packaging and labelling. *Food Standards Agency* [online]. 2022 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.food.gov.uk/business-guidance/packaging-and-labelling>
28. *Packaging as a Source of Information on the Product in Food Purchasing Decisions: The Case of Poland*. *European Research Studies Journal Volume XXIII*. 2020, **2020**(1), 356-372. Dostupné z: doi:<https://doi.org/10.1111/ijcs.12511>
29. Packaging symbols: How to effectively talk to consumers. *Packaging design blog* [online]. 2017 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://blog.pack.ly/en/packaging-symbols-design/>
30. Pernica, Petr. *Logistika (supply chain management) pro 21. století*. Praha: Radix, 2005. ISBN 80-86031-59-4.

31. Plášek, J.: *Značka a obal prodávají. Trend Marketing*, 24.8. 2007. [online], [cit. 22. 1. 20]. Dostupné na WWW: http://mam.ihned.cz/3-21877190-obal-100000_d-8d
32. Pravidla pro dobrovolné označování „Česká potravina“ a použití loga. *EAGRI* [online]. 2016 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/web/mze/potravin/znacky-kvality-potravin/ceska-potravina/>
33. Přidatné látky (aditiva). *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. 2017 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.szpi.gov.cz/clanek/-ecka-a-dalsi-latky-v-potravinach-pridatne-latky-aditiva.aspx>
34. Přidatné látky (aditiva). *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. 2017 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.szpi.gov.cz/clanek/pridatne-latky-aditiva.aspx>
35. Sixta, Josef a Václav Mačát. *Logistika: teorie a praxe*. Brno: CP Books, 2005. Business books. ISBN 80-251-0573-3.
36. Státní zemědělská a potravinářská inspekce. *Ochrana spotřebitelů před alergenními potravinami: označování alergenních složek* [online]. 2016 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.szpi.gov.cz/default.aspx>
37. Státní zemědělská a potravinářská inspekce. *Označování potravin - časté dotazy* [online]. 2021 [cit. 2023-01-16]. Dostupné z: <https://www.szpi.gov.cz/default.aspx>
38. Suková, Irena. *Označování potravin: průvodce pro spotřebitele* [online]. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2016 [cit. 2023-01-16]. ISBN ISBN 978–80–7434–169–4. Dostupné z: <https://www.bezpecnostpotravin.cz/UserFiles/publikace/Oznacovani%20potravin%20-%20posledni%20verze%20web.pdf>
39. Toušek, Radek. *Logistika – vybrané kapitoly* [online]. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2016 [cit. 2022-12-04]. ISBN ISBN 978-80-7394-613-5. Dostupné z: <http://omp.ef.jcu.cz/index.php/EF/catalog/book/9>
40. Vysekalová, Jitka. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. Expert. ISBN 978-80-247-3528-3.

41. *What Do Food Packaging Symbols Mean?* Charlottepackaging [online]. 2016 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.charlottepackaging.com/latest-news/what-do-food-packaging-symbols-mean/>
42. *What is the importance of packaging and how can it increase sales?* Caltex plastics [online]. 2019 [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.caltexplastics.com/resources/what-is-the-importance-of-packaging-and-how-can-it-increase-sales/#how>
43. Wyrwa, Joanna a Anetta BARSKA. *Packaging as a Source of Information About Food Products*. *Procedia Engineering*. 2017, **182**, 770-779. ISSN 18777058. Dostupné z: [doi:10.1016/j.proeng.2017.03.199](https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.199)
44. Yardimci, Hülya. *Do food labels affect Turkish consumers' nutritional choices and expectations?*. *Progress in Nutrition.*, **2019**(Vol.21), 59-66. Dostupné z: [doi:10.23751/pn.v21i1.6405](https://doi.org/10.23751/pn.v21i1.6405)
45. *Zákon č. 110/1997: Zákon o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů*. In: Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-110>
46. *Zákon č. 242/2000: Zákon o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů*. In: Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-242>
47. *Zákon č. 477/2001: Zákon o obalech a o změně některých zákonů (zákon o obalech)*. In: Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-477>

