

NETRADIČNÍ POTRAVINY ZEMĚDĚLSTVÍ A POTRAVINÁŘSKÉHO PRŮMYSLU

NONTRADITIONAL FOODSTUFF FROM AGRICULTURE AND FOOD PROCESSING INDUSTRY

Radmila Presová, Lea Kubíčková

Anotace:

Příspěvek seznamuje s významem potravin nového typu, výrobou a prodejem zdravotně nezávadných potravin, které přispívají k prevenci proti kardiovaskulárním chorobám. Poukazuje na význam aditiv při výrobě konvenčních potravin a dále informuje o výsledcích průzkumu názorů respondentů na biopotraviny.

Klíčová slova:

Aditiva, doplňky stravy, potravní doplňky, fortifikace, potraviny, funkční potraviny, bio potraviny.

Abstract:

The paper acquaints with the function of “the new type” of foodstuff, with their production and with selling wholesome foodstuff, which contribute to cardiovascular diseases. The paper points at the function of the additives in processing of traditional foodstuff and informs of the results of the opinion poll concerning with organic foodstuff.

Key words:

dopes, nutrition supplements, fortification, foodstuff, functional foodstuff, organic foodstuff

ÚVOD A CÍL PRÁCE

Současný životní styl obyvatel vyžaduje, aby v obchodech s potravinářským zbožím nacházeli kupující potraviny a další doplňky stravy podle svých představ a finančních možností. Plnit tyto opodstatněné, přitom často ani nevyřčené požadavky kupujících je úkolem především potravinářského průmyslu. Ani ostatní národohospodářská odvětví a obory, které se jakýmkoliv způsobem podílejí na výrobě potravinářských surovin, distribuci, skladování a prodeji potravin, nemohou zůstat stranou. Všichni jsou svým způsobem odpovědní za to, že prodávané produkty odpovídají zásadám zdravé výživy a některé z nich dokonce přispívají k prevenci proti civilizačním chorobám.

Cílem předkládaného příspěvku, jako jednoho z výstupů řešeného projektu v rámci GAČR číslo 402/04/2112, pod názvem „Změny chování obchodní sféry vyvolané transformací ekonomiky a novými spotřebitelskými trendy“ na Ústavu marketingu a obchodu provozně ekonomické fakulty MZLU v Brně, je ukázat na netradiční potraviny jako nedílnou součást nastupujícího moderního trendu výživy, známého pod názvem Wellness. Součástí cíle příspěvku jsou výsledky průzkumu názorů respondentů na produkty ekologického zemědělství.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Netradiční potraviny

Netradiční potraviny nejsou doposud v literatuře vymezeny. Pod tímto pojmem rozumím nejenom potraviny prodávané v maloobchodní síti, ale i potravinářské suroviny k výrobě potravin. Zjistila jsem, že ani literatura není ve vymezení pojmů a klasifikaci produktů jednotná. Na internetových stránkách je provedeno rozdělení podle hlediska užití, nikoliv vzniku potraviny. Terminologii obsahuje tabulka číslo 1.

Tab. č. 1 Terminologie používaná u netradičních potravin

Termín	Definice/charakteristika
Chemopreventivní látky	Nutriční nebo antinutriční složky potravin, u nichž je vědecky prokázáno primární nebo sekundární prevence před rakovinou.
“Designer food“	Potraviny obohacené o přirozeně bohaté složky působící preventivně proti nemocem. K obohacení může docházet i metodami genetické techniky.
Funkční potraviny	Potraviny, složky potravin nebo upravené potraviny, které mimo vedle tradičních živin obsahují další látky přispívající ke zdraví.
Nutraceutika	Látky, potraviny, nebo složky potravin vykazují účinek medicínský nebo efekt související se zdravím, v oblasti prevence nebo léčení určitých chorob.
„Pharmafood“ (farmaceutika)	Potraviny nebo složky potravin přispívající ke zdraví, včetně prevence a léčení nemocí.
Fytochemikálie	Složky ovoce a zeleniny, které mohou lidé každodenně konzumovat v gramových množstvích a mají potenciální preventivní účinek proti rakovině.

Pramen: Funkční potraviny, Dtsch. Molkeriei Ztg., 123, 2002, č. 25, s. 36–38.

FUNKČNÍ POTRAVINY (FUNCTIONAL FOOD)

V Evropské unii byly funkční potraviny definovány v roce 1999 v rámci projektu FUFOS (Functional Food Science in Europe) následovně: „Potravina může být označena jako funkční, pokud je dostatečně prokázáno, že kromě své běžné výživové hodnoty příznivě ovlivňuje jednu či více cílových funkcí organismu, a to tak, že buď zlepšuje zdravotní stav a pocit zdraví anebo snižuje riziko nemocí. Funkční potravina musí zůstat potravinou a její příznivý účinek se musí projevit při konzumaci obvyklých množství daného typu potraviny. Není to pilulka, kapsle či jiná forma obvyklá pro doplňky stravy⁹⁰“.

POTRAVNÍ DOPLŇKY A DOPLŇKY STRAVY

Parlament české republiky schválil v roce 1997 zákon číslo 110 o potravinách a tabákových výrobcích. Zavedl název potravní doplňky a doplňky stravy. V paragrafu 2, písmeno i), jsou potravní doplňky definovány jako: „nutriční faktory (vitamíny, minerální látky, aminokyseliny, specifické mastné kyseliny a další látky), s významným biologickým účinkem“. Vyhláška číslo 446/2004 Sb., kterou se stanoví požadavky na doplňky stravy a na obohacování potravin potravními doplňky, jako sekundární právní předpis, v paragrafu 3, odstavec 3, ustanovení zákona specifikuje následovně: „nejvyšší přípustná množství vitamínů, minerálních látek a některých dalších potravních doplňků jsou uvedena v příloze číslo 3, vyhlášky“. (Pro úplnost našeho příspěvku je přehled těchto látek zařazen v příloze). Přesto, že vyhláška nevymezuje použití potravních doplňků, dospěli jsme k názoru, že všechny látky označené jako potravní doplňky se do potravin přidávají bezprostředně při jejich výrobě,

⁹⁰ Pramen: Výzkumný ústav potravin v Praze.

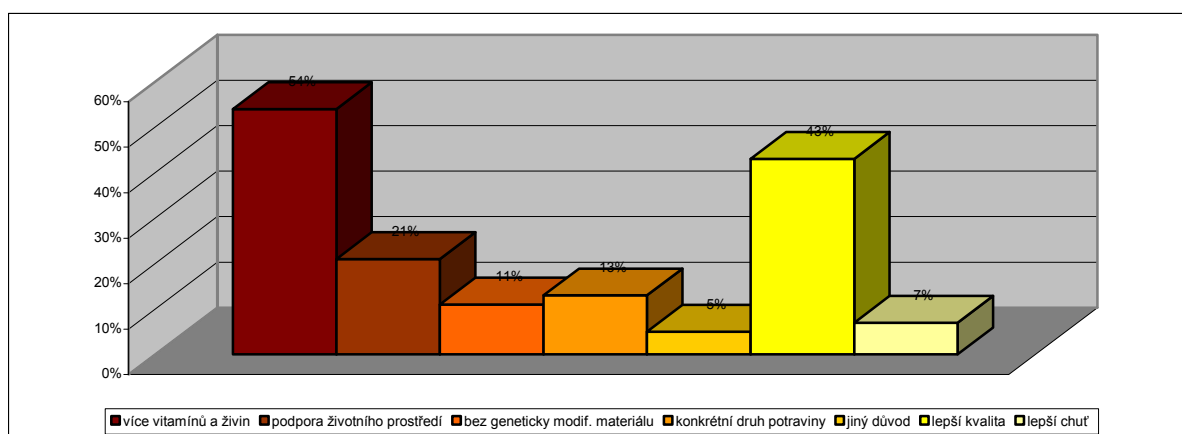
případně úpravě. Doplnky stravy se naproti tomu prodávají volně a mohou se používat kdykoliv. Doplnky stravy tvoří: „vitamíny, minerální látky“ prodávané volně v lékárnách případně vybraných sítích obchodů. Podle odstavce 5, této vyhlášky „nesmí obsahovat rostliny, popřípadě jejich části obsahující velmi silné účinné látky využívané pro farmaceutické a terapeutické účely“, uvedené ve vyhlášce číslo 304/2003 Sb. Součástí vyhlášky je seznam rostlin využívaných pro farmaceutické a terapeutické účely. Rostliny, nebo jejich části obsahuje příloha číslo 4. této vyhlášky.

NÁZOR NA BIOPOTRAVINY

Na jaře roku 2006 bylo mezi studenty PEF MZLU provedeno za účelem zpracování bakalářské práce studentkou šetření, kterým byla získána primární data o názorech na bio potraviny. Z provedeného šetření vyplynulo zjištění, že více jak polovina respondentů nekupuje žádné bio potraviny. Na našem trhu se poptávka po bio potravinách rozšiřuje především u čerstvé zeleniny, ovoce, mléka a mléčných výrobcích, drůbežím masu a vejcích. Hlavní překážkou pro rozšíření trhu s bio potravinami je nízké povědomí spotřebitelů o přednostech těchto výrobků a navíc negativně ovlivňovaném relativně vysokými prodejními cenami.

Pro zemědělskou prvovýrobu, ale i obchod je nezbytné znát důvody, pro které kupující bio produkty nenakupují. Důvodu nákupu bio potravin uvádí graf č. 1.

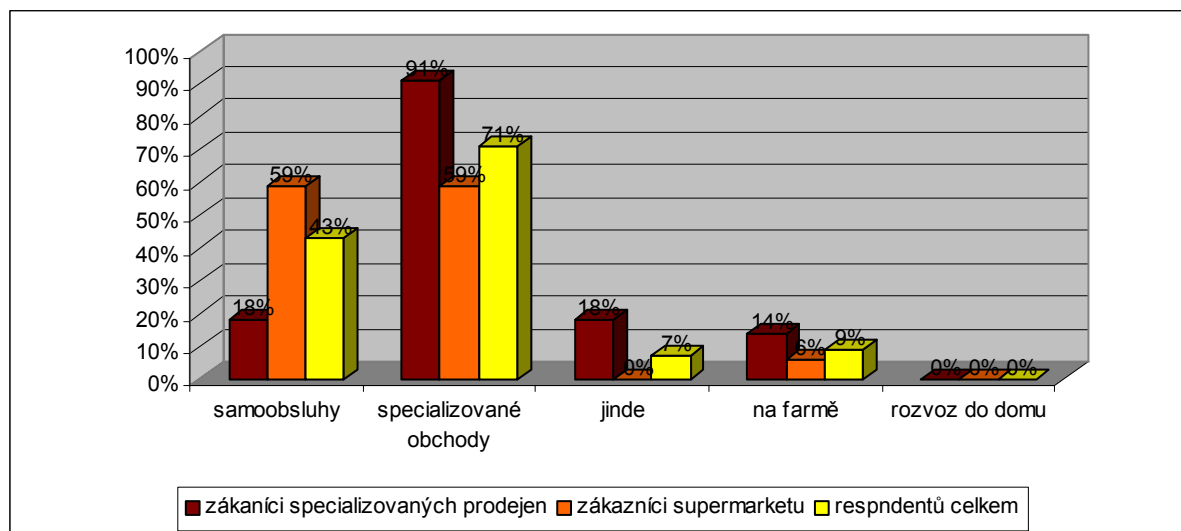
Graf č. 1: Důvody nákupu bio produktů



Pramen : Veselá, M.: Průzkum názorů na produkty ekologického zemědělství, závěrečná bakalářská práce, MZLU v Brně 2006.

Hlavní důvod proč bio potraviny spotřebitelé nakupují, je zvýšený obsah živin a vitamínů v porovnání s konvenčními potravinami. Druhým uváděným důvodem je jejich vyšší kvalita. Přednost vidí v tom, že základem jsou tradiční, nikoliv geneticky modifikované rostliny. Přednost spatřují dále v tom, že zvířata jsou chována v přirozených podmínkách, často odchována na pastvě, takže maso z nich je hodnotnější. Produkty z rostlin jsou lépe stravitelné a tím prospěšné pro zdraví lidí. V grafu č. 2 jsou prezentovány četnosti odpovědí týkající se místa nákupu.

Graf č. 2: Výsledky průzkumu na místo nákupu bio potravin



Pramen : Veselá, M.: Průzkum názorů na produkty ekologického zemědělství, závěrečná bakalářská práce, MZLU v Brně 2006.

Z grafu je zřejmé, že zákazníci nakupují bio potraviny především ve specializovaných prodejnách (91%). V supermarketech bio produkty nakupuje 59 %. 14 % zákazníků nakupuje produkty přímo na farmě. Pro 18 % je přitažlivý nákup přímo ve dvoře – Bio klub. Žádný z respondentů nevyužívá možnosti rozvozu bio potravin přímo do domu.

Odpovědi na otázku, které druhy bio potravin nakupujete, odpovídali pouze respondenti kupující bio potraviny. V dotazníku označovali všechny druhy bio potravin, které nakupují. Výsledky jsou následující: ve specializovaných prodejnách se zdravou výživou kupují nejčastěji obilniny, rýže a luštěniny (82 %), výrobky z obilovin (73 %), chléb a pečivo (68 %), byliny a čaje (59 %). U zákazníků supermarketů je to především nakupované mléko a mléčné výrobky (65 %), výrobky z obilovin (44 %), byliny a čaje (41 %). Zvláště zde nakupují bio víno. Je to vysvětlitelné tím, že vinná réva s v průběhu vegetace ošetřuje vícekrát chemickými postřiky. Průzkum názorů ukázal, že prodejny se zdravou výživou mají v bio kvalitě větší sortiment obilovin, luštěnin a pečiva. V supermarketech zákazníci zase kupují především bio jogurty, umístěné v regálech s mléčnými výrobky, výrobky z obilovin a čajů.

ZÁVĚR

Pro rozšíření produkce funkčních potravin bude nezbytná intenzivní propagační kampaň prováděná všemi složkami, které působí na úseku výživy, výroby a obchodu. Zvláště by v tomto směru se do propagačního mixu se měla zapojit celorepubliková zemědělská marketingová agentura Klasa. Pro rozšíření prodeje bude účelné, aby kupující supermarketů byli vhodnou formou upozorňováni na význam a umístění funkčních potravin v prodejně. Nabídka těchto produktů by měla být nedílnou součástí letáků a promočních akcí.

Provedené šetření mezi studenty PEF MZLU se zaměřilo na bio potraviny. Ukázalo se, že více než polovina spotřebitelů bio potraviny nenakupuje, z těch, co je nakupují je většina nakupuje proto, že předpokládají u těchto produktů více vitamínů a živin. Nejčastěji jsou bio produkty nakupovány ve specializovaných prodejnách, přičemž jednoznačně převažují nákupy obilnin, luštěnin a rýže, následují výrobky z obilovin a pekárenské výrobky. U nákupů v supermarketu pak převažuje nákup mléka a mléčných výrobků a výrobky z obilovin následují. Toto šetření však proběhlo pouze na malém vzorku respondentů a pouze nastínilo, kam a jak se chování spotřebitelů v této oblasti vyvíjí. Průzkum názorů respondentů na bio potraviny by se měl stát nedílnou součástí výuky Marketingu na managersko – ekonomickém

oboru. Pro vyhodnocení změn názorů a postojů by bylo účelné vytvořit stálou síť respondentů, průběžně s nimi spolupracovat a je vzdělávat

LITERATURA

- [1] ARGALÁŠOVÁ, P.: Mozaika pohledu výrobců, Moderní obchod č.9, ročník 2004, str. 16, ISSN: 1210-4094,
- [2] DOLEŽAL, V.: Staré obiloviny. Technická fakulta České zemědělské univerzity v Praze, 2004, URL: <http://www.jidlo-piti-ziti.cz/stareobiloviny.html>,
- [3] FOŘT, P.: Výživa pro 21. století – funkční potraviny, <http://vyziva.danjutsu.com>,
- [4] FOŘT, P.: Perspektiva využití potravinových doplňků a funkčních potravin pro zdraví, 2005, URL: <http://www.jakjime.host.sk/fort/doplanky.txt>,
- [5] HANULÍKOVÁ, A., DVORSKÁ, L.: Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Brno, www.szpi.gov.cz/cze/print,
- [6] KALAC, P.: Funkční potraviny, kroky ke zdraví, Praha, Dona, 2003, ISBN 80-7322-029-6,
- [7] PÍCHA, K.: Jak vnímá český spotřebitel funkční potraviny, Výživa a potraviny, 2005, č. 2, s. 30-32. ISSN 1211-846X,
- [8] PRUGAR, J.: Funkční potraviny. DTest, 2004, č. 1, s. 24-25. ISSN 1210-731X,
- [9] PRUGAR, J.: Funkční potraviny (II.). DTest, 2004, č. 2, s. 24-25. ISSN 1210-731X,
- [10] PRUGAR, J.: Funkční potraviny (IX.). DTest, 2004, č. 9, s. 26-28. ISSN 1210-731X,
- [11] PRUGAR, J.: Funkční potraviny (XII.). DTest, 2004, č. 12, s. 25-28. ISSN 1210-731X,
- [12] STÁVKOVÁ, J.: Uvádění potravinářských výrobků na trh, balení, označování, zásady propagování, reklamy a spolupráce s obchodními a distribučními systémy, závěrečná zpráva, MZLU v Brně, str. 32, Brno 2004.
- [13] SCHRODINGER, E.: Co je život, duch a hmota, Vutium, Brno 2004, ISBN: 80-214-2612-8,
- [14] Veselá, M., Průzkum názorů na produkty ekologického zemědělství, závěrečná bakalářská práce, MZLU v Brně 2006.
- [15] VOKURKA, M.: Praktický slovník medicíny, Praha, Maxdorf, 1998, ISBN 80-85800-81-0,

Adresa autora:

Ing. Radmila Presova, Ing. Lea Kubíčková. PhD., Ústav marketingu a obchodu, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, tel: 00420545132329, e-mail: radkapr@centrum.cz, lea@mendelu.cz.