

Jakost potravin

Jakost je ekonomický termín vyjadřující stupeň naplnění potřeb vůči nějakému standardu. Jakost není absolutní veličina, ale hodnota poměrná. Většinou lze na jakost nahlížet z několika hledisek, a proto má jakost i několik různých složek. U potravin je to obecně:

- jakost hygienická;
- jakost nutriční;
- jakost senzorická;
- jakost technologická;
- jakost užitná;
- jakost informační.

Jakost hygienická

Rozhoduje o **použitelnosti**, anebo **nepoužitelnosti** potraviny: potravina je buď zdravotně nezávadná, tedy schopná distribuce (oběhu), anebo je jiná než zdravotně nezávadná. Je to dáno bezpečnostními koeficienty při stanovení hodnot ADI. Zajímavé je hodnocení rizik ze spotřeby potravin (od největších po nejmenší):

veřejnost	experti
kontaminanty	mikrobiální rizika
aditiva	struktura spotřeby
mikrobiální rizika	přírodní toxické látky
struktura spotřeby	kontaminanty
přírodní tox.látky	aditiva

U chemických látek rozhoduje přípustná denní dávka (**ADI - acceptable daily intake**), což je denní množství rizikové látky, které při celoživotní spotřebě nepoškodí zdraví.

ADI závisí na:

- typu látky a její čistotě;
- cílové potraviny (dle velikosti spotřeby – jiná je u mouky, jiná u mandlí nebo cibule);
- cílové skupině spotřebitelů (dospělá populace, děti, těhotné a kojící matky apod.).

Jakost nutriční

Udává, jak potravina odpovídá nutričním požadavkům. Kriteriem jsou výživová doporučení na různých úrovních od výživových trendů, výživových doporučených dávek (VDD nebo RDA), z nich odvozených doporučených dávek potravin anebo konečně výživové pyramidy. Vzhledem k tomu, že neexistuje ideální potravina jako etalon nutričních jakostí, jde spíše než o hodnocení potravin, o hodnocení stravy. Nutriční hodnota se tak stává kriteriem výběru potravin pro spotřebitele, předmětem konkurenčního boje mezi výrobcí při formulování nových potravin pro nové podmínky.

Příkladem je skupina výrobků označovaných jako funkční potraviny.

Jakost technologická

Technologická jakost je velmi důležitý ukazatel pro výrobce, protože může do značné míry ovlivnit zpracovatelské náklady, tedy nabídkovou cenu.

Technologická jakost má dva aspekty, a to **obsah účinné látky** a **zpracovatelnost**.

- **Obsah účinné látky** je důležitý tam, kde se tato látka získává jako hlavní produkt, tedy například při zpracování olejnin na oleje, cukrovky na sacharózu nebo při výrobě škrobu z brambor či obilovin. Také cukernatost vinných hroznů určuje jakost finálního produktu – rozhoduje tedy o ceně.
- Proti tomu **zpracovatelnost** udává schopnost suroviny být zpracována anebo schopnost vyrobit potravinářský výrobek s požadovanými vlastnostmi s minimálními ztrátami během zpracování a použití standardní co možná nejjednodušší technologie.

Při výrobě bramborových hranolků rozhoduje velikost a tvar brambor, optimální jsou velké a podlouhlé tvary, protože je při jejich zpracování minimální odpad. Zvláštními typy brambor jsou rovněž brambory salátové.

U masa vedle výtěžnosti hrají roli výskyt tzv. vad masa PSE a DFD, vhodnost masa pro uzenářskou výrobu (schopnost vázat vodu).

Obsah aminového dusíku u cukrovky (zvyšuje podíl melasy) a N-látek ve sladovnickém ječmeni rozhodují o finální jakosti piva kromě jiných parametrů.

U olejin je to stupeň poškození olejnatých semen, protože ty se mohou stát při skladování zdrojem hydrolytických produktů a tím zvýšení nároků na zpracování a zvýšení technologických ztrát.

U zpracování oliv stav suroviny rozhoduje o senzorické jakosti oleje. U zpracovávaných velkých partií např. obilovin při mletí je důležité, aby zpracovávané partie byly jakostně vyrovnané a nebylo nutné upravovat mlecí režim – to také zvyšuje náklady snížením produktivity.

Tyto příklady lze najít pro každou zpracovávanou surovinu.

Jakost senzorická

Senzorická jakost je základním kritériem pro volbu spotřebitele. V poslední době dokonce vytlačuje i dříve rozhodující faktor výběru potravinářského zboží, a to jeho cenu. Mezi ukazatele senzorické jakosti patří:

- **chuť,**
- **vůně,**
- **barva,**
- **konzistence**

křupavost rohlíku, správná konzistence konzervovaného masa, paštiky s neoddělenou tukovou vrstvou, pevnost konzervovaných jahod či jiného ovoce, roztíratelnost pomazánek apod.

- **vnější vzhled výrobku**

včetně nákroje u salámů nebo designu obalu, což zvyšuje atraktivnost zboží.

Jakost užitná

Spotřebitel chce, aby svoji potřebu potravin mohl uhradit *co nejpohodlněji*. Jako se samozřejmostí počítá s tím, že potraviny jsou zdravotně nezávadné, že dobře chutnají a že jsou pokud možno co nejlacinější. Zároveň spotřebitel chce, aby byly ve spotřebě co nejpohodlnější, tedy aby měly co nejvyšší užitnou hodnotu. Jde mu o to, aby se s potravinářskými výrobky co nejlépe manipulovalo, aby se rychle a spolehlivě připravily ke konzumu, aby velikost balení odpovídala spotřebě, aby potraviny byly přiměřeně trvanlivé.

- Pokud jde o **manipulovatelnost**, potraviny by měly být dobře transportovatelné (mléko v kartonech, nealkoholické nápoje v lehkých PET lahvích, pivo v plechovkách na cesty), obaly by měly být dobře přístupné (odtrhací víčka, použití tub, opakovatelně uzavíratelné obaly na džusy) apod.
- **Pohotovost**, tedy rychlá úprava ke konzumu, je dána jednak vyšším stupněm dohotovenosti (hotové zmrazené pokrmy balené přímo do servírovacích podložek, instantní potraviny, předvařené výrobky, výrobky určené přímo pro ohřev v mikrovlnné troubě) či maximální průmyslovou úpravou **přímo pro konzum** (hotové směsi pro řadu moučníků či příloh typu kaší či knedlíků, dehydrované polévky, instantní polévky, plátkované sýry a krájený chléb, chlazené zeleninové saláty s průmyslově připravenými dresinky, hotové omáčky apod.). Tyto pohotové potraviny, nazývané v hantýrce *konvenience* (z anglického convenience foods) šetří čas, ale i energii při jejich přípravě.
- **Trvanlivost** je dána v některých případech změnou technologie balení (trvanlivé mléko) anebo přímo změnou technologie (pasterace piva, sušené kvasnice, rozšíření nabídky chlazených zeleninových salátů a zmrazených potravinářských výrobků apod.).

V poslední době spolu se zvýšeným zájmem o životní prostředí získávají na dobré pověsti i potravinářské podniky, které přizpůsobují svoji činnost i trvale udržitelnému rozvoji, tedy nechají se certifikovat na *šetrnost k životnímu prostředí*. Je to spíše užitná hodnota dána chováním výrobce a následně oceněna jeho zákazníky než hodnotovým ukazatelem, což se projevuje výrazným posílením konkurenceschopnosti výrobce, zejména v zemích EU. Do této kategorie patří i výrobky zabalené do degradovatelných obalů vyrobených z obnovitelných surovin, většinou na bázi škrobu a jeho derivátů.

Jakost informační

Informace o kvalitě, původu, popřípadě využití výrobku.

Potravinářská legislativa

Ukládá výrobci či distributorovi potravinářských výrobků **informovat zákazníky o svých výrobcích**. Některé informace jsou dány legislativou, jiné jsou na zvážení výrobce či obchodníka. Způsob informování a jeho šíře mohou výrobek na trhu podpořit. Předpokladem je dostatečně propracovaná marketingová strategie.

Ověření původu (traceability) a autentičnosti

- U některých potravin povinné.
- Zajištění nezávadnosti potravinářských výrobků,
 - např. u výsekového masa je prodejce povinen uvádět, od kterého dodavatele a z kterého kusu se maso prodává.
- Prokázání autentičnosti výrobku
 - např. slunečnicový olej musí být původem ze slunečnicových semen, čokoládový výrobek nemůže mít náhradní analog čokoládového másla, med musí být produktem včel a nikoliv zpracovaného cukru atd.
 - Pro prokazování autentičnosti se vyvíjejí speciální analytické metody.

Cena

Při velkém zjednodušení bychom mohli cenu rovněž považovat za jeden z pohledů na jakost – tedy za ekonomickou jakost, podle které si může spotřebitel, ale i výrobce v případě technologické jakosti, vybírat zboží, o které má zájem.

- Důležitá při rozhodování o koupi zboží, u velké většiny spotřebitelů převažující faktor.
- Chování spotřebitelů, výrobců i distributorů řídí především zákonem nabídky a poptávky.
- Cena je ovlivňována náklady na výrobu zboží, jeho dostupností v lokalitě i co do velikosti nabídky a dalšími faktory, především užitnou hodnotou zboží.

Výrobce

- Důležitost renomé výrobce, dobrá **značka** se lépe prodává.

Proto je také dobrá značka kapitálem, jak o tom svědčí např. spory mezi Budvarem a firmou Anheuser-Bush.}

Odkazy

Zdroj

- PERLÍN, Ctibor. *Základní pohled na jakost potravin* [online]. [cit. 2012-03-09]. <<https://el.lf1.cuni.cz/p78987867/>>.