

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102003/I/2022/36109009601898756

DUÁLNA KVALITA TOVAROV A CEZHRANIČNÝ
OBCHOD V RÁMCI JEDNOTNÉHO TRHU
EURÓPSKEJ ÚNIE
Diplomová práca

2022

Bc. Katarína Repková

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

DUÁLNA KVALITA TOVAROV A CEZHRANIČNÝ
OBCHOD V RÁMCI JEDNOTNÉHO TRHU
EURÓPSKEJ ÚNIE
Diplomová práca

Študijný program: manažment medzinárodného obchodu
Študijný odbor: ekonómia a manažment
Školiace pracovisko: Katedra medzinárodného obchodu
Vedúci záverečnej práce: prof. Ing. Zuzana Kittová, PhD., M.B.L. - HSG

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

podpis

Pod'akovanie

Touto cestou sa chcem pod'akovať vedúcej práce prof. Ing. Zuzane Kittovej, PhD., M.B.L. - HSG za veľkú ochotu pri poskytovaní odbornej asistencie, metodickéj pomoci, cenných rád a podnetných pripomienok pri tvorbe tejto práce.

ABSTRAKT

REPKOVÁ, Katarína: *Duálna kvalita tovarov a cezhraničný obchod v rámci jednotného trhu Európskej únie*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra medzinárodného obchodu. – prof. Ing, Zuzana Kittová, PhD., M.B.L. - HSG – Bratislava: OF EU, 2022, 88 strán.

Cieľom práce je skúmať problematiku duálnej kvality tovarov a identifikovať jej vplyv na cezhraničný obchod v rámci jednotného trhu Európskej únie na základe prieskumu spotrebiteľského správania a spotrebiteľských preferencií vo vzťahu k produktom duálnej kvality na trhu Slovenskej republiky. Práca sa zameriava na aktuálnu problematiku duálnej kvality tovarov obchodovaných v rámci jednotného trhu Európskej únie. V teoretickej časti práca približuje platný legislatívny rámec na úrovni Európskej únie, vymedzuje hlavné pojmy a úlohu vnútroštátnych orgánov, ale aj orgánov Európskej únie v riešení tejto problematiky. Zároveň približuje aspekty jednotného trhu ako priestoru, na ktorom dochádza k výmene takýchto tovarov dvojitej kvality. V praktickej časti je osobitná pozornosť venovaná prieskumu na vzorke respondentov a ich spotrebiteľskému správaniu vo vzťahu k produktom duálnej kvality na trhu Slovenskej republiky. Na základe ich osobnej skúsenosti a spotrebiteľského správania práca sleduje, či duálna kvalita zahraničných tovarov vedie k preferovaniu nákupu domácich produktov, resp. či inak ovplyvňuje cezhraničný obchod v EÚ.

Kľúčové slová:

duálna kvalita, jednotný trh, spotrebiteľské správanie, Európska únia

ABSTRACT

REPKOVÁ, Katarína: *Dual quality of goods and cross-border trade within the single market of European Union*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of International Trade. – prof. Ing. Zuzana Kittová, PhD., M.B.L. – HSG – Bratislava: OF EU, 2022, 88 pages.

The aim of this thesis is to enlighten the issue of dual quality of goods and to identify its impact on cross-border trade within the single market of European Union based on a survey of consumer behaviour and consumer preferences in relation to dual quality products in the Slovak market. The thesis focuses on current issue of dual quality of goods traded within the single market of the European Union. In the theoretical part, the thesis approaches the current legislative framework at the European Union level, defines the basic terms and role of national authorities, but also bodies of European Union in addressing this issue and characterizes aspects of the single market as an area in which such dual-quality goods are exchanged. In the practical part, special attention is paid to the survey on a sample of respondents and their consumer behaviour in relation to dual quality products on the market of the Slovak Republic. Based on their personal experience and consumer behaviour, the thesis monitors whether the dual quality of foreign goods leads to a preference for the purchase of domestic products, or otherwise affects cross-border trade in the EU.

Keywords:

dual quality, single market, consumer behaviour, European Union

Obsah

Zoznam použitých skratiek	9
Zoznam grafov, obrázkov a tabuliek	10
Úvod.....	13
1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ.....	15
1.1 Teoretické vymedzenie hlavných pojmov	15
1.1.1 Cezhraničný obchod na jednotnom trhu EÚ	15
1.1.2 Duálna kvalita tovaru.....	16
1.1.3 Spotrebiteľské správanie	17
1.1.4 Nekalé obchodné praktiky výrobcov.....	18
1.2 Duálna kvalita tovarov na jednotnom trhu Európskej únie.....	19
1.2.1 Duálna kvalita tovarov a jej vplyv spotrebiteľské správanie	20
1.2.2 Duálna kvalita a konkurenčné výhody výrobcov na trhu	22
1.2.3 Kompetencie Európskej únie v riešení duálnej kvality tovaru	23
1.2.4 Orgány zaoberajúce sa duálnou kvalitou tovaru	24
1.2.5 Výsledky testovania duálnej kvality tovaru na trhu Slovenskej republiky.....	27
1.2.6 Výsledky celoeurópskeho testovania duálnej kvality tovarov	29
1.2.7 Platný legislatívny rámec Európskej únie	31
1.2.8 Zákon NR SR o potravinovom semafore.....	33
2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE	34
3 VÝSLEDKY A DISKUSIA	37
3.1 Charakteristika vybranej vzorky respondentov	37
3.2 Postoje a správanie spotrebiteľov SR vo vzťahu k tovarom duálnej kvality ...	42
3.3 Overenie stanovených hypotéz.....	57
3.3.1 Overenie H.1	57
3.3.2 Overenie H.2	58
3.3.3 Overenie H.3	59

3.3.4 Hypotéza H.4	60
3.3.5 Hypotéza H.5	61
3.3.6 Overenie H.6	65
3.3.7 Overenie H.7	66
3.3.8 Overenie H.8	69
3.3.9 Overenie H.9	70
3.3.10 Overenie H.10	71
3.4 Diskusia	72
Záver	81
Zoznam použitej literatúry	84
Prílohy.....	89

Zoznam použitých skratiek

ČŠ	členské štáty
EK	Európska komisia
EP	Európsky parlament
EÚ	Európska únia
NR SR	Národná rada Slovenskej republiky
RE	Rada Európskej únie
SR	Slovenská republika
ŠVPS	Štátna veterinárna a potravinová správa

Zoznam grafov, obrázkov a tabuliek

Tabuľka 1. Výsledky testov ŠVPS.....	27
Tabuľka 2. Výsledky celoeurópskeho testovania tovarov.....	30
Tabuľka 3. Vekové skupiny, počet respondentov v daných skupinách a príslušná generácia.....	38
Tabuľka 4. Zoznam okresov bydliska respondentov žijúcich v blízkosti hraníc SR a počet respondentov z daných okresov.....	42
Tabuľka 5. Zoznam krajín, v ktorých respondenti zaznamenali lepšiu kvalitu tovarov, počet označení jednotlivých krajín respondentmi a ich percentuálne zastúpenie na celkovom počte odpovedí respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality.....	45
Tabuľka 6. Kontingenčná tabuľka – Respondenti považujúci za kvalitnejšie tovary tej istej značky predávané v zahraničí podľa ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality.....	58
Tabuľka 7. Kontingenčná tabuľka – Respondenti s osobnou skúsenosťou s tovarmi duálnej kvality podľa ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality.....	59
Tabuľka 8. Kontingenčná tabuľka – Respondenti s osobnou skúsenosťou s tovarmi duálnej kvality podľa miery súhlasu s argumentom výrobcov.....	60
Tabuľka 9. Kontingenčná tabuľka – Respondenti, ktorí už počuli o téme duálnej kvality, podľa vnímania dostatočnosti jej kontroly zo strany príslušných orgánov.....	61
Tabuľka 10. Kontingenčná tabuľka – Respondenti vnímajúci duálnu kvalitu ako problém a druhy tovarov s najčastejším výskytom duálnej kvality.....	71
Tabuľka 11. Kontingenčná tabuľka – Respondenti vnímajúci duálnu kvalitu ako problém a ich správanie pri informácií o duálnej kvalite tovaru.....	72
Graf 1. Percentuálne zastúpenie pohlaví v rámci vzorky respondentov.....	37
Graf 2. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa veku.....	38
Graf 3. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa mesačného príjmu.....	39
Graf 4. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa počtu členov v domácnosti.....	40
Graf 5. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa frekvencie nákupu potravín za mesiac.....	40
Graf 6. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa frekvencie nákupu ostatných tovarov za mesiac.....	41

Graf 7. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa bydliska v blízkosti hraníc SR.....	42
Graf 8. Percentuálne zastúpenie respondentov, ktorí počuli o téme duálnej kvality na celkovej vzorke.....	43
Graf 9. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa osobnej skúsenosti s duálnou kvalitou.....	44
Graf 10. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke nakupovania v zahraničí v dôsledku duálnej kvality.....	44
Graf 11. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke cestovania do zahraničia výlučne za účelom nákupu na vzorke respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality.....	46
Graf 12. Frekvencia nakupovania v zahraničí u respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality a percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín.....	46
Graf 13. Priemerná cena nákupu v zahraničí u respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality a percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín.....	47
Graf 14. Miera považovania existencie duálnej kvality za problém a percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín.....	48
Graf 15. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke najčastejšie sa vyskytujúcej duálnej kvality podľa druhu tovarov.....	49
Graf 16. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke druhej najčastejšie sa vyskytujúcej duálnej kvality podľa druhu tovarov.....	50
Graf 17. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke najväčšieho problému pri potravinách duálnej kvality.....	51
Graf 18. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke najväčšieho problému pri iných druhoch tovarov duálnej kvality.....	51
Graf 19. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke lepšej kvality tovarov tej istej značky v zahraničí ako na slovenskom trhu.....	52
Graf 20. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke lepšej kvality tovarov domáceho pôvodu ako tovarov s pôvodom v zahraničí.....	53
Graf 21. Percentuálne zastúpenie respondentov v tendencií správania sa po informácií od duálnej kvalite tovarov na domácom trhu.....	54
Graf 22. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke dostatočnosti kontroly duálnej kvality zo strany príslušných orgánov.....	55
Graf 23. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke zaznamenania zlepšení v kontrole duálnej kvality príslušnými orgánmi.....	55

Graf 24. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke miery ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality.....	56
Graf 25. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke miery súhlasu s argumentom výrobcov.....	57
Graf 26. Vnímanie existencie duálnej kvality ako problému (podľa vekových skupín)....	62
Graf 27. Súhlas s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu (podľa vekových skupín).....	63
Graf 28. Neochota akceptovať existenciu duálnej kvality (podľa vekových skupín).....	64
Graf 29. Preferencia kúpy produktu domáceho pôvodu pred tovarom duálnej kvality so zahraničným pôvodom (podľa vekových skupín).....	66
Graf 30. Vnímanie existencie duálnej kvality ako problému (podľa príjmových skupín)..	67
Graf 31. Súhlas s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu (podľa príjmových skupín).....	68
Graf 32. Neochota akceptovať existenciu duálnej kvality (podľa príjmových skupín).....	69
Graf 33. Preferencia kúpy produktu domáceho pôvodu pred tovarom duálnej kvality so zahraničným pôvodom (podľa príjmových skupín).....	70

Úvod

Téma duálnej kvality zarezovala vo viacerých krajinách najmä východnej časti Európskej únie už pred niekoľkými rokmi. Bola natoľko diskutovaná, že sa jej príslušné orgány jednotlivých štátov i samotnej Európskej únie začali bližšie venovať. Podstatou problematiky duálnej kvality bolo, že spotrebiteľia niektorých krajín Európskej únie pociťovali nižšiu kvalitu medzi produktami rovnakej značky, predávanými na domacom trhu ich krajiny v porovnaní s tržmi iných krajín EÚ. Nakoľko je táto téma v očiach mnohých európskych spotrebiteľov živá dodnes, rozhodli sme sa v rámci tejto záverečnej práce uskutočniť výskum jej vplyvu na cezhraničný obchod v rámci jednotného trhu EÚ na základe prieskumu spotrebiteľského správania a spotrebiteľských preferencií vo vzťahu k produktom duálnej kvality na trhu SR.

Súčasťou prvej kapitoly je vymedzenie hlavných pojmov dôležitých pre predmetnú problematiku. Okrem toho sa v rámci tejto kapitoly venujeme ďalším teoretickým východiskám, ktoré sú priamo spojené s problematikou duálnej kvality tovarov ako napr. vplyv duálnej kvality na spotrebiteľské správanie a konkurencieschopnosť podnikateľských subjektov na trhu. Definujeme aj kompetencie Európskej únie v riešení tohto problému a priamo identifikujeme orgány, ktoré sa duálnou kvalitou zaoberajú na úrovni Slovenskej republiky a Európskej únie. Uvádžame konkrétne príklady uskutočnených testovaní tovarov duálnej kvality, aktuálne kroky inštitúcií Európskej únie pri riešení danej problematiky a platný legislatívny rámec na európskej úrovni či úrovni Slovenskej republiky.

Druhá kapitola definuje hlavný cieľ práce spolu s parciálnymi cieľmi, použítú metodiku práce a výskumu. V rámci tejto kapitoly stanovujeme i hypotézy, ktoré sme v rámci praktickej časti tejto záverečnej práce overovali prostredníctvom dotazníkového prieskumu na širokej diverzifikovanej vzorke slovenských respondentov.

V tretej kapitole analyzujeme odpovede respondentov v rámci uskutočneného prieskumu a overujeme stanovené hypotézy, pričom zo získaných výsledkov vyvodzujeme vplyv duálnej kvality vnímanej spotrebiteľmi na ich nákupné správanie, a teda i na cezhraničný obchod v rámci jednotného trhu Európskej únie.

Duálna kvalita tovarov je veľmi komplexnou témou, ktorá je rozdielne vnímaná výrobcami tovarov a európskymi spotrebiteľmi. Je tak zdrojom mnohých sporov či diskusií, no zároveň zaujímavým objektom skúmania.

1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

1.1 Teoretické vymedzenie hlavných pojmov

V tejto kapitole bližšie špecifikujeme hlavné pojmy, ktoré majú priamy súvis s obsahom tejto záverečnej práce a umožnia ho tak lepšie pochopiť.

1.1.1 Cezhraničný obchod na jednotnom trhu EÚ

Pojem zahraničný obchod vyjadruje takú časť tovarovej výmeny, ktorá je vykonávaná so zahraničím, resp. s inou krajinou alebo integračným zoskupením. Avšak predmetom tejto výmeny nemusí byť len samotný tovar, no vymieňať sa môžu napr. i služby.¹ Ak je štát efektívny v tomto druhu obchodu, prejaví sa to i na jeho hospodárskom raste, bonite a atraktivnosti u investorov či na kvalite života samotných občanov. Štáty sa snažia v rámci svojich zahraničnoobchodných politík stimulovať vývoz domácich či zahraničných firiem podnikajúcich na jeho území. Pre podniky je prenikanie na zahraničné trhy rovnako atraktívne ako pre štát samotný, nakoľko si týmto spôsobom vedia zabezpečiť väčšiu ziskovosť, dokážu jednoduchšie nadobudnúť potrebné výrobné zdroje zo zahraničia, diverzifikovať svoje predajné portfólio² či podporiť povedomie o svojej značke. Problémom je, že na zabezpečenie si miesta na zahraničných trhoch sú podniky často ochotné zabezpečovať si konkurenčnú výhodu nie vždy férovým spôsobom.

Medzinárodný obchod zase zaberá o niečo širší rámec obchodovania ako zahraničný obchod. V tomto prípade sa jedná o súhrn zahraničných obchodov nie jednej, ale viacerých krajín – a to aj v rámci rôznych zoskupení.³ Tak ako rast zahraničného obchodu môže i rozvoj medzinárodného obchodu pomôcť štátom ďalej sa ekonomicky rozvíjať⁴ a rozširovať úroveň svojho národného hospodárstva či blahobytu obyvateľov. S nárastom medzinárodného obchodu je teda úzko spätý i nárast medzinárodnej tovarovej výmeny, nakoľko sa zvyšuje konkurencia a rovnako rastie dopyt po výrobkoch z rôznych kútov sveta. Štáty a podniky sa tak stávajú závislé od vzťahov so zahraničnými partnermi a zosilňuje sa úroveň globalizácie.

V dôsledku rastúcej úrovne globalizácie v každej sfére našich životov vidíme, že i samotné obchodné a iné vzťahy medzi štátmi sa rýchlym tempom stávajú viac

¹ LIPKOVÁ, E. et al.: *Medzinárodné hospodárske vzťahy*. 2011. s.18

² BALÁŽ, P. et al.: *Medzinárodné podnikanie*. 2020. s.49-50

³ LIPKOVÁ, E. et al.: *Medzinárodné hospodárske vzťahy*. 2011. s.19

⁴ JANCÍKOVÁ, E.: *Medzinárodné obchodné financovanie*. 2013. s. 9

internacionalizované (či už regionálne alebo globálne), a teda i viac vzájomne závislé. V snahe lepšie koordinovať takéto vzťahy vznikajú zoskupenia, ktoré integrujú niekoľko štátov do celku, čo napomáha efektívnejšie sa multilaterálne rozhodovať v jednotlivých oblastiach politiky. Štáty tak delegujú časť svojej suverénnej moci na integračné zoskupenia, ktorých členmi sú. Na základe rozsahu tejto delegovanej časti suverenity rozoznávame niekoľko úrovní integrácie, pričom spoločný (jednotný) trh je jedným z nich. Takýto trh je špecifickým tým, že integračné zoskupenie má právomoc rozhodovať v otázkach colnej a obchodnej politiky na tomto území. Nejedná sa však len o bežnú colnú úniu. Spoločný trh je integráciou vyššieho stupňa, kde sa voľne pohybuje nielen intrakomunitárny tovar, pochádzajúci z členských štátov tohto zoskupenia, ale sú tu odstránené aj iné prekážky obchodu.⁵ Jeho súčasťou je i voľný pohyb osôb, kapitálu a technológií v rámci hraníc integrácie.⁶ Práve spoločným trhom disponuje aj Európska únia (ďalej len EÚ). V rámci spoločného trhu je teda umožnený bezcolný pohyb výrobných faktorov a tovarov pochádzajúcich z členských štátov (ďalej len ČŠ) zoskupenia. Voči tovarom pochádzajúcim z tretích krajín je uplatňovaný spoločný Colný zákon EÚ a colné sadzby uvádzané v Spoločnom colnom sadzobníku EÚ.⁷

1.1.2 Duálna kvalita tovaru

Kvalita tovaru vyjadruje schopnosť alebo výkonnosť produktu. Ak výrobca sľubuje zákazníkovi na obale určitú kvalitatívnu úroveň, môže predstavovať aj formu záväzku o funkčnosti tovaru, ktorý vzniká medzi výrobcom a spotrebiteľom.⁸ Produkt môže byť označený za kvalitný len v tom prípade, ak uspokojí spotrebiteľa v kritériách, ktoré od tohto produktu očakáva.⁹ Kvalita je úzko spojená s časom, nakoľko čas používania je jedným z faktorov, ktorý preukáže kvalitu produktu. Rovnako kvalita nemusí byť len fyzická, ktorú chápeme ako napr. odolnosť tovaru atď., ale dôležitým je kvalitatívny faktor služby, ktorú nám výrobok prinesie napr. v rámci jeho funkčnosti.¹⁰

⁵ BALÁŽ, P. et al.: *Medzinárodné podnikanie*. 2020. s. 113

⁶ BALÁŽ, P. et al.: *Medzinárodné podnikanie*. 2020. s. 113

⁷ MHSR. *Colná politika* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné na: <https://www.mhsr.sk/obchod/obchodne-vztahy-s-tretimi-krajinami/colna-politika>

⁸ MINAKSHI, J. *Product Quality: Definition, Characteristics and Importance* [online]. [cit. 2021-03-09].

Dostupné na: <https://www.yourarticlelibrary.com/products/quality/product-quality-definition-characteristics-and-importance/90711>

⁹ MINAKSHI, J. *Product Quality: Definition, Characteristics and Importance* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné na: <https://www.yourarticlelibrary.com/products/quality/product-quality-definition-characteristics-and-importance>

¹⁰ MINAKSHI, J. *Product Quality: Definition, Characteristics and Importance* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné na: <https://www.yourarticlelibrary.com/products/quality/product-quality-definition-characteristics-and-importance/90711>

Pod pojmom duálna kvalita rozumieme takú kvalitu tovarov tej istej značky, pri ktorých výrobe producent použil rozdielne receptúry alebo materiály, a splňajú tak odlišné úrovne štandardov a kvality, pričom sú predávané v rovnakom obale¹¹, s rovnakým vzhľadom a často i za rovnakú cenu.

V rámci legislatívy Európskej únie je definovaná ako „akékoľvek uvádzanie tovaru na trh v jednom členskom štáte ako identické s tovarom, s ktorým sa obchoduje v iných členských štátoch, pričom tento tovar má výrazne odlišné zloženie alebo vlastnosti, pokiaľ nie je odôvodnený legitímnymi a objektívnymi faktormi.“¹² Takáto dvojité kvalita sa zväčša objavuje v rámci EÚ na jednotlivých trhoch členských štátov, pričom rozdiely v kvalite sú zvyčajne veľmi významné. Problematike duálnej kvality sa budeme ďalej venovať v druhej kapitole.

1.1.3 Spotrebiteľské správanie

Tento druh správania je pre každého spotrebiteľa špecifický. Každý konzument má individuálne potreby, želania a očakávania, ktoré sú úzko späté so spotrebiteľským správaním. To znamená, že ak kupujúci pocíti istý stav nedostatku¹³, pociťuje potrebu ho odstrániť. Existujú potreby vrodené a počas života vybudované. Vrodenými potrebami sú potreby ako potreba uhasiť hlad a smäd, potreba realizovať sa, socializovať sa atď.¹⁴ S vyššou životnou úrovňou danej osoby sa však tento typ potrieb viac a viac prelína s potrebami vybudovanými počas života. Na tieto potreby má vplyv i samotná globalizácia, ktorá otvára dvere poznania človeka. Kupujúci v rozvinutejších štátoch tak budú mať omnoho viac nevrodených potrieb ako kupujúci v menej rozvinutých krajinách, nakoľko rozvinuté štáty sú o niečo viac zapojené do globálnych procesov, a teda aj miera poznania sveta ich obyvateľmi je väčšia, čo ovplyvní ich spektrum potrieb. Rovnako sa to týka i samotnej ponuky v týchto krajinách. Všeobecne platí, že štruktúra ponuky je širšia v trhovovo rozvinutých ekonomikách ako v tých rozvojových. To má za následok aj to, že spotrebiteľ v rozvinutej krajine si môže vyberať ako a čím uspokojí svoju potrebu, a naopak spotrebiteľ v rozvojom štáte sa snaží potrebu redukovat' tým, čo mu je

¹¹ SISTO, R. – PELLEGRINI, G. – LA SALA, P. Dual quality food: A negative social externality or a competitiveness opportunity? In *Agricultural Economics – Czech*. 2019, roč. 65, č. 7. s. 307

¹² MPRVSR. *Koniec dvojakej kvality potravín* [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na: <https://www.mpsr.sk/aktualne/koniec-dvojakej-kvality-potravin/14121/>

¹³ KITA, J. et al.: *Marketing*. 2017. s. 19

¹⁴ KITA, J. et al.: *Marketing*. 2017. s. 20

dostupné.¹⁵ Rovnako to platí aj na očakávania, ktoré má spotrebiteľ voči danému tovaru a miere jeho schopnosti uspokojiť jeho vzniknutú potrebu.¹⁶

Na želania zákazníkov ma výrazný vplyv kultúrne prostredie, v ktorom kupujúci vyrastal alebo v súčasnosti žije, a rovnako aj jeho osobnosť.¹⁷ Podľa J. Kitu predstavuje želanie istú formu predstáv, ktoré má spotrebiteľ vo vzťahu k existujúcim produktom alebo službám, pričom sú tieto predstavy ovplyvňované externe vo forme rôznych stimulov¹⁸ (ako napr. reklama na produkt, referencie blízkych osôb atď.).

Samotná definícia spotrebiteľského správania je pomerne komplexná, nakoľko tento typ správania je ovplyvňovaný širokým spektrom faktorov, akými sú napr. potreby, očakávania a želania, pričom porovnáva tieto kvalitatívne faktory s cenou produktu.¹⁹ Platí, že spotrebiteľ sa rozhodne daný produkt kúpiť, ak je úžitok tovaru väčší alebo rovný hodnote jeho ceny.²⁰ Spotrebiteľské správanie teda môžeme definovať ako hodnotiaci a rozhodovací proces, týkajúci sa kúpi a následnej spotreby produktu alebo služieb.²¹ Celý proces začína, keď spotrebiteľ pocíti túžbu uspokojiť pocit nedostatku a začne hľadať alternatívy tovarov²², ktoré majú potenciál uspokojiť jeho potrebu. Následne sa začne medzi týmito produktmi rozhodovať. Vybraný tovar kúpi, spotrebuje a skúma úroveň uspokojenia potrieb, želaní a očakávaní. Ak ho kvalita výrobku uspokojila, je pravdepodobné, že sa pre tento produkt rozhodne i nabudúce, a tiež, že ho odporučí svojim blízkym či napíše pozitívnu recenziu na internete.

1.1.4 Nekalé obchodné praktiky výrobcov

Pojem obchodná praktika zahŕňa určitý druh konania alebo opomenutia konania, istý druh správania alebo komunikácie (reklama atď.), pričom sú tieto činnosti spojené priamo s propagovaním, predajom či dodaním tovaru zákazníkovi.²³

Nekalé obchodné praktiky sú špecifické obchodné praktiky, ktoré sú „v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti a podstatne narušujú alebo môžu podstatne narušiť

¹⁵ KITA, J. et al.: *Marketing*. 2017. s. 20

¹⁶ KITA, J. et al.: *Marketing*. 2017. s. 20

¹⁷ KITA, J. et al.: *Marketing*. 2017. s. 20

¹⁸ KITA, J. et al.: *Marketing*. 2017. s. 20

¹⁹ GBUROVÁ, J. – BAČÍK, R. – OBŠATNÍKOVÁ, K. Faktory ovplyvňujúce spotrebiteľské správanie. In *Journal of Global Science*, 2017. s. 2

²⁰ GBUROVÁ, J. – BAČÍK, R. – OBŠATNÍKOVÁ, K. Faktory ovplyvňujúce spotrebiteľské správanie. In *Journal of Global Science*, 2017. s. 2

²¹ KHAN, M. *Consumer Behaviour*. 2007. s. 2

²² KHAN, M. *Consumer Behaviour*. 2007. s. 2

²³ SLOVENSKO.SK. *Nekalé obchodné praktiky* [online]. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: https://www.slovensko.sk/sk/agendy/agenda/_nekale-obchodne-praktiky/

*ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k výrobku alebo službe, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak sú obchodné praktiky orientované na určitú skupinu spotrebiteľov.*²⁴ Medzi takéto praktiky zaradujeme napr. zavádzanie a klamanie spotrebiteľa, narúšanie súkromia osoby, ignorovanie žiadostí kupujúceho atď.²⁵ V rámci EÚ sú takéto praktiky nelegálne.

1.2 Duálna kvalita tovarov na jednotnom trhu Európskej únie

Prítomnosť duálnej kvality na spoločnom trhu EÚ nie je žiadnou raritou. Úroveň konzumu za posledné dekády zaznamenala rapidný nárast a to najmä prostredníctvom globalizácie, ktorá zohráva dôležitú rolu v každom aspekte životov spotrebiteľov. Ponúkajúc rozsiahle možnosti - či už pri cestovaní a spoznávaní kultúr alebo v ponúkanom sortimente - vplýva aj na ich očakávania. Tie tak ostávajú často nenaplnené, čo podnecuje spotrebiteľov k vyjadreniu sťažností nielen samotným firmám, produkujúcim nekvalitné tovary, ale i na rôzne vládne inštitúcie, ktoré zodpovedajú za kvalitu tovarov v rámci hraníc štátu.²⁶

Môžeme teda povedať, že aj rozsah dvojitej kvality bol stimulovaný takto prudko rastúcim dopytom. Podľa eurokomisárky Věry Jourové spotrebiteľia niektorých európskych štátov pociťujú rozdiel v kvalitatívnych vlastnostiach tovarov, pričom tvrdia, že diferenciacia sa týka produktov predávaných pod identickou značkou, názvom a rovnakým výrobcom.²⁷ Mnohí európski predstavitelia vyjadrili nesúhlas s takouto praktikou producentov. Rovnako sa vyjadril bývalý predseda Európskej komisie J.C. Juncker, ktorý poznamenal, že európskym občanom by nemali byť distribuované výrobky takéhoto charakteru a členským štátom by mala byť delegovaná právomoc na to, aby ochránili svojich obyvateľov pred nezákonnými praktikami, ktoré diskriminujú spotrebiteľov tým, že ich rozdeľujú na dve rozličné triedy.²⁸ Duálna kvalita sa (podľa Ministerstva

²⁴ SLOVENSKO.SK. *Nekalé obchodné praktiky* [online]. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: https://www.slovensko.sk/sk/agendy/agenda/_nekale-obchodne-praktiky/

²⁵ SLOVENSKO.SK. *Nekalé obchodné praktiky* [online]. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: https://www.slovensko.sk/sk/agendy/agenda/_nekale-obchodne-praktiky/

²⁶ DAY, R.L. Extending the concept of consumer satisfaction. In *Advances in Consumer Research*. Indiana: Indiana University, 1977, roč. 4. s. 149

²⁷ JOUROVÁ, V. *Dvojaká kvalita potravín – Nové usmernenie pre členské štáty EÚ* [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na: http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=47674

²⁸ JOUROVÁ, V. *Dvojaká kvalita potravín – Nové usmernenie pre členské štáty EÚ* [online]. [cit. 2021-09-16]. Dostupné na: http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=47674

pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR) týka takmer tretiny krajín EÚ, ktoré sú situované zväčša vo východnej časti EÚ.²⁹

1.2.1 Duálna kvalita tovarov a jej vplyv spotrebiteľské správanie

Niekoľko vedeckých štúdií sa zaoberá väzbou medzi informáciami o dvojitej kvalite a ich vplyvom na správanie spotrebiteľov. Autorky M. Šramková a M. Sirotiaková sa vo svojej vedeckej štúdií zamerali na to, aký vplyv má duálna kvalita na dennú spotrebu a spotrebiteľské správanie generácie Z, teda kupujúcich narodených medzi rokmi 1997-2012.³⁰ Táto generácia je špecifická prostredím v ktorom vyrastá. Od narodenia je súčasťou globálneho sveta. Sociálny kruh, v ktorom sa príslušníci generácie Z zdržiavajú, je kultúrne diverzifikovaný, a aj z tohto dôvodu sú ako skupina signifikantne tolerantná v aspektoch kultúrnej rozdielnosti, teda aj napr. v rámci kultúrnej preferencie chutí. Avšak ani tento faktor nemá vplyv na ich názor voči duálnej kvalite. Autorky zistili, že až 85 % respondentov v ich dotazníkovom prieskume uviedlo, že vedia o existencii duálnej kvality. Vyjadrili sa, že tento problém považujú za veľmi vážny a označili ho ako neférový. Autorky zistili, že viac ako polovica respondentov zmenila svoje správanie vo vzťahu k tovarom tohto charakteru. Pred kúpou si porovnávajú daný tovar s alternatívnymi produktami a na základe tejto komparácie sa rozhodnú pre kúpu kvalitnejšieho produktu. 78 % respondentov navrhlo ako riešenie problému viditeľne rozdielne označovanie takýchto výrobkov na ich obaloch, pričom cena takýchto tovarov by mala byť adekvátna ich nižšej kvalitatívnej úrovni.

Ďalším výskumom sa zaoberali autorky L. Bartková, M. Šramková a L. Veselovská. Vo svojej vedeckej štúdií pojednávajú o vzťahu medzi spotrebiteľským správaním konzumentov zo SR a tovarmi dvojitej kvality vyskytujúcimi sa na tomto území.³¹ Respondenti v tomto výskume boli vekovo diverzifikovaní. Uviedli, že majú vedomosť o existencii tohto problému v rámci EÚ a rovnako ako respondenti generácie-Z v predchádzajúcej štúdií označili túto problematiku za vážnu. Tiež sa vyjadrili, že najmä pod vplyvom médií, ktorých informáciám v rámci tejto témy veria najviac, zmenili svoju spotrebu (najmä pri potravinách) a viac sa zaoberajú tým, aký tovar konzumujú.

²⁹ MPRVSR. *Koniec dvojakej kvality potravín* [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na: <https://www.mpsr.sk/aktualne/koniec-dvojakej-kvality-potravin/14121/>

³⁰ ŠRAMKOVÁ, M. – SIROTIAKOVÁ, M. Consumer Behaviour of Generation Z in the Context of Dual Quality of Daily Consumption Products on EU market. In *SHS Web of Conferences*. International Scientific Conference – Globalization and its Socio-Economic Consequences 2020, 2021, roč. 92. s. 9

³¹ BARTKOVÁ, L. – ŠRAMKOVÁ, M. – VESELOVSKÁ, L. Consumer Behaviour in Conditions of Dual Quality of Daily Consumption Goods in Slovakia. In *Advances in Economics, Business and Management Research*, 2019, roč. 78. s. 27

L. Bartková a M. Sirotiaková sú autorkami ďalšej vedeckej štúdie, ktorá pojednáva o vplyve duálnej kvality na správanie spotrebiteľov so zreteľom na ich príjmovú úroveň.³² 987 respondentov rozdelili do troch skupín podľa výšky príjmu. Do prvej skupiny s nízkym príjmom zaradili respondentov s mesačnou príjmovou úrovňou 400-1000€. Druhú skupinu tvorili respondenti so strednou mesačnou príjmovou úrovňou v rozhraní medzi 1001€ až 1600€. Poslednou skupinou boli respondenti s vysokým mesačným príjmom, a to nad úroveň 1601€. Autorky zistili, že s rastúcim príjmom narastá i úroveň vnímania duálnej kvality ako problému a rovnako rastie aj záujem o ďalšie informácie, týkajúce sa problematiky duálnej kvality na európskom trhu, či ochota podeliť sa o osobnú skúsenosť s inými kupujúcimi. Spotrebiteľia s vysokou príjmovou úrovňou vidia problém duálnej kvality najmä pri luxusných tovaroch (značkové oblečenie, vône, kozmetika atď.) a spotrebiteľia s nízkou úrovňou príjmov zase pri potravinách a domácich potrebách. Na základe poskytnutých informácií o duálnej kvalite, kupujúci s nízkym príjmom pozmenili svoje nákupné správanie viac ako skupina s vysokým príjmom. Všetky skupiny však uviedli, že produkty dvojitej kvality by mali byť viditeľne označované na obale.

Zaujímavá štúdia je obsiahnutá i v ďalšom vedeckom článku L. Bartkovej, v ktorej skúmala, či slovenskí spotrebiteľia vnímajú duálnu kvalitu za problém striktne ekonomický alebo aj legislatívny.³³ Až 80 % opýtaných spotrebiteľov nesúhlasí s existenciou duálnej kvality. Viac ako 25 % respondentov vníma problematiku duálnej kvality primárne ako problém ekonomický, pričom zvyšných približne 75 % respondentov uviedlo, že tento problém nie je len ekonomický, ale i legislatívny. 73,8 % zapojených do výskumu sa vyjadrilo, že za ideálne riešenie problému považujú úplný legislatívny zákaz takýchto praktík či už na úrovni štátov alebo EÚ, pričom výrobcovia by mali byť pravidelne kontrolovaní a pri nespĺňaní podmienok sankcionovaní.

Steve S. M. Hadaya zase vo svojej bakalárskej práci z Technologickej univerzity v Taline uviedol (na základe informácií Európskeho parlamentu o duálnej kvalite z roku 2017³⁴), že je evidentné, že výrobcovia predávajú v rámci spoločného trhu EÚ tovary podradného charakteru označované identicky ako tovary vyššej kvality, pričom tento

³² BARTKOVÁ, L. – SIROTIAKOVÁ, M. Dual quality and its influence on consumer behaviour according to the income. In *SHS Web of Conferences*, 2021, roč. 92. s. 1

³³ BARTKOVÁ, L. How do consumers perceive the dual quality of goods and its economic aspects in the European Union? An empirical study. In *Problems and Perspectives in Management*, 2019, roč. 17, č. 3. s. 382.

³⁴ EUROPEAN PARLIAMENT. *Briefing June 2017 – Dual quality of branded food products. Addressing a possible east-west divide* [online]. [cit. 2021-04-18]. Dostupné na: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/607265/EPRS_BRI\(2017\)607265_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/607265/EPRS_BRI(2017)607265_EN.pdf)

problém postihuje najmä krajiny, ktoré do únie pristúpili v roku 2004 a neskôr.³⁵ Rovnako tvrdí, že takéto správanie výrobcov je v rozpore so základnými princípmi či hodnotami EÚ a podnecuje spotrebiteľov k strate dôvery nielen voči samotným výrobcom, ale i inštitúciám EÚ, a to v dôsledku ich zavádzania, nakoľko očakávajú rovnaké zaobchádzanie vyplývajúce z princípov jednotného trhu a pilierov, na ktorých bola EÚ založená.

Na základe vyššie uvedených prác môžeme teda povedať, že duálna kvalita je vnímaná ako dôležitý problém v rámci jednotného trhu EÚ. Spotrebiteľia sa o nové informácie zaujímajú, pričom vyššiu dôveryhodnosť majú pre nich médiá ako oficiálne štátne orgány. Vedecké články ukázali, že informácie o duálnej kvalite, ale i empirické znalosti majú značný vplyv na zmenu správania sa spotrebiteľov v každom veku či stratu dôvery voči orgánom EÚ.

1.2.2 Duálna kvalita a konkurenčné výhody výrobcov na trhu

Nakoľko sme sa v predošlej podkapitole zaoberali spotrebiteľským vnímaním duálnej kvality, považujeme za potrebné uviesť aj pohľad výrobcov na daný problém. Producenti vyrábajúci takéto produkty tvrdia, že rozdielny obsah tovarov je nevyhnutný v zmysle naplnenia rozdielnych očakávaní a preferencií spotrebiteľov v rôznych častiach trhu³⁶, čo je späté aj s rozdielnou kultúrou. Rovnako tvrdia, že keďže kvalita záleží na konkrétnom trhu, na ktorý sú produkty smerované, tovary niekedy obsahujú menej kvalitné prísady alebo majú dokonca nižšiu efektívnosť.³⁷ Pri potravinách môžu rozdiely v kultúrnych a sociálnych aspektoch jednotlivých trhov ovplyvniť ich chuť či textúru.³⁸ Mnoho výrobcov rovnako argumentuje, že len veľmi málo spotrebiteľov pozerá na označenia uvádzané na obaloch, čo potvrdzuje aj štúdia autoriek Š. Velčovskej a D. Hadro, ktoré v rámci prieskumu v rámci českého a poľského trhu zistili, že opýtaní spotrebiteľia venujú len malú pozornosť označeniam kvality na obaloch, nakoľko sa v označeniach

³⁵ HADAYA, S.S.M. *The Issue of Dual Quality of Food in European Union and the Significance of the New Deal for Consumers in Outlawing the Practice*. Tallinn: Bachelor's thesis. Tallinn University of Technology, School of Business and Governance, Department of Law. 2019, s. 5-22

³⁶ SISTO, R. – PELLEGRINI, G. – LA SALA, P. Dual quality food: A negative social externality or a competitiveness opportunity? In *Agricultural Economics – Czech*. 2019, roč. 65, č. 7. s. 307

³⁷ SISTO, R. – PELLEGRINI, G. – LA SALA, P. Dual quality food: A negative social externality or a competitiveness opportunity? In *Agricultural Economics – Czech*. 2019, roč. 65, č. 7. s. 307

³⁸ METIN, I. – KIZGIN, Y. Multinational fast food chains' „Global Think, Local Act Strategy“ and consumer preferences in Turkey. In *International Journal of Marketing Studies*, 2015, roč. 7. s. 106-116

často nevedia orientovať.³⁹ Tento fakt môže teda podnecovať výrobcov k tomu, aby rozdielnosť kvality neoznačovali.

Podľa asociácie FoodDrinkEurope, ktorá reprezentuje potravinársky priemysel EÚ, je však dôležité, aby sa pri argumentácii výrobcov rozlišovali dva termíny: kvalita a recept⁴⁰, nakoľko rozdielne receptúry nemusia znamenať rozdielnu úroveň kvality. V dôsledku globalizácie (a veľkého množstva informácií či možností, ktoré so sebou prináša) sa veľmi ťažko rozlišuje, či ide skutočne o prispôbovanie sa zákazníkom alebo sa jedná striktno o oportunistické správanie nadnárodných spoločností, spojené so znižovaním nákladov v prospech ziskov, a tým získavanie väčšej konkurencieschopnosti na trhu.

Jedným z často používaných argumentov výrobcov je i kúpyschopnosť obyvateľstva žijúceho na danom území.⁴¹ Transnacionálne korporácie tvrdia, že rozdielom v receptúre vedia sprístupniť tovar aj kupujúcim s nižšími príjmami. Avšak prax toto tvrdenie vyvracia, nakoľko sa preukázalo, že produkty dvojitej kvality sú často drahšie vo východnej časti EÚ v porovnaní so západnou.

Podľa I. M. Kirznera táto situácia môže predstavovať príležitosť pre lepšie a presnejšie pochopenie správania sa ponuky a dopytu pod vplyvom informovanosti o kvalite produktov.⁴² Takéto znalosti umožnia lepšie porozumieť spotrebiteľským tendenciám a pomôžu spoločnostiam vytvoriť ešte presnejšie ciele marketingové stratégie. Jednou z takýchto stratégií sa môže stať napr. samotná propagácia produktu, značky a spoločnosti ako plne transparentnej voči svojim zákazníkom v rámci jej kvality. Preto problematika duálnej kvality predstavuje aj takúto formu príležitostí pre získanie komparatívnych výhod. Je to však na firmách, akú cestu si zvolia.

1.2.3 Kompetencie Európskej únie v riešení duálnej kvality tovaru

Členstvom v EÚ sa štáty vzdávajú niektorých zvrchovaných právomocí, ktoré prenášajú na nadnárodné inštitúcie zoskupenia. V rámci jednotného trhu sa tak krajiny

³⁹ VELČOVSKÁ, Š. – HADRO, D. Generation Y Perceptions and Expectations of Food Quality Labels in the Czech Republic and Poland. In *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 2018, roč. 66, č. 1. s. 332

⁴⁰ MERTEN-LENTZ, K. 2018. *Dual Quality food: Are different recipes for different markets legal?* [online]. [cit. 2021-04-10]. Dostupné na: <https://www.foodnavigator.com/Article/2018/01/08/Dual-Quality-food-Are-different-recipes-for-different-markets-legal#>

⁴¹ SISTO, R. – PELLEGRINI, G. – LA SALA, P. Dual quality food: A negative social externality or a competitiveness opportunity? In *Agricultural Economics – Czech*. 2019, roč. 65, č. 7. s. 308.

⁴² KIRZNER, I.M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. In: *Journal of Economic Literature*, 1997, roč. 35, č. 1. s.60-85

delia o právomoci s orgánmi EÚ v oblasti vnútornej obchodnej politiky.⁴³ To znamená, že tvorcami pravidiel intrakomunitárnej obchodnej výmeny (medzi ČŠ) sa stávajú aj orgány integrácie, na ktoré je prostredníctvom Lisabonskej zmluvy prenášaná časť právomoci. Z tohto dôvodu sa EÚ stáva subjektom, ktorý spoluzodpovedá za riešenie problematiky, o ktorej v tejto práci pojednávame. Nemenej dôležité je spomenúť, že občania ČŠ sú aj európskymi občanmi, z čoho pre nich plynú isté základné práva. Jednými z týchto práv sú napr.: právo na informácie, právo na nediskrimináciu, právo na ochranu spotrebiteľa⁴⁴. Z uvedeného vyplýva, že EÚ je povinná zasiahnuť v prípade, ak sú tieto práva porušované.

1.2.4 Orgány zaoberajúce sa duálnou kvalitou tovaru

1.2.4.1 Orgány Európskej únie

Medzi najdôležitejšie orgány na úrovni EÚ, ktoré sa problematikou duálnej kvality tovaru zaoberajú a majú v rámci nej kompetencie, patria Európska komisia, Európsky parlament a Rada Európskej únie.

Európska komisia (ďalej len „EK“) je inštitúcia nadnárodného exekutívneho charakteru, pričom funguje nezávisle od vlád ČŠ.⁴⁵ V rámci problematiky duálnej kvality zodpovedá za predkladanie legislatívnych návrhov a vykonávanie európskych politík. Rovnako presadzuje a dozerá na dodržiavanie už existujúcich právnych predpisov na európskej úrovni. Preto pôsobí aj ako ochranca záujmov nielen samotnej Únie, ale nemenej dôležité i euroobčanov. Rozhodovací proces majú v rukách členovia tohto orgánu – eurokomisári a predseda/predsedička. Každému z komisárov je pridelená oblasť, ktorej sa počas pôsobenia v úrade aj so svojou pracovnou skupinou venuje. V rámci takéhoto oblastného zaradenia je prirodzené, že niektorí členovia majú väčší vplyv na problematiku duálnej kvality ako napr. eurokomisár/eurokomisárka pre vnútorný trh či eurokomisár/eurokomisárka pre rovnosť.⁴⁶

⁴³ EUR-LEX. *Lisabonská zmluva (čl. 2)* [online]. [cit. 2021-04-12]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A12016E003>

⁴⁴ EUR-LEX. *Charta základných práv Európskej únie (čl. 11, 21, 38)*. [online]. [cit. 2021-04-12]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A12012P%2FTXT>

⁴⁵ EURÓPSKA ÚNIA. *Európska komisia* [online]. [cit. 2021-04-26]. Dostupné na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-commission_sk#%C4%8D-robo%C3%AD-komisia?

⁴⁶ EURÓPSKA KOMISIA. *Kolégium (2019-2024) – Komisári, politické riadenie Európskej komisie* [online]. [cit. 2021-04-27]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024_sk#bootstrap-fieldgroup-nav-item--meno--2

Európsky parlament (ďalej len „EP“) je legislatívny priamy zastupiteľský orgán, ktorého členov si každých päť rokov volia euroobčania.⁴⁷ Poslanci a predseda sú občanmi zo všetkých členských štátov, pričom ich počet je rozdielny, nakoľko sa určuje pomerne na základe počtu obyvateľov jednotlivých ČŠ. EP disponuje troma fundamentálnymi funkciami:

- Zákonodarnou – spolu s Radou rozhoduje o prijatí právnych predpisov platných na integračnej úrovni či rozhoduje o rozširovacích procesoch.
- Monitorovacou – dohliada na EK a Radu či demokratický chod ostatných orgánov.
- Rozpočtovou – je tvorcom spoločného integračného rozpočtu a tiež ho schvaľuje.

V rámci záujmu o precíznu tvorbu predpisov vzniklo dvadsať výborov spoločne s tromi podvýbormi, ktoré sú špecializované na určitú politickú oblasť.⁴⁸ EP je preto aparátom, ktorý ma nenahraditeľné miesto v rozhodovaní a legislatívnej tvorbe týkajúcej sa dvojitej kvality.

Rada Európskej únie (ďalej len „RE“) je medzivládny koordinujúcim orgánom, ktorý sa podieľa na prijímaní legislatívy na európskej úrovni.⁴⁹ Je pomerne špecifickým aparátom, nakoľko jeho členmi sú ministri jednotlivých ČŠ. Rokovaní sa zúčastňujú podľa diskutovanej problematiky a odvetvia, ktorého sa týka. Na ministerských členov sú počas rokovaní prenášané štátnymi právomoci, ktoré ich oprávňujú hlasovaním v RE zaväzovať štát.⁵⁰ V rámci problematiky duálnej kvality je tento orgán dôležitý práve z dôvodu, že je zákonodarný a nemenej dôležité, predpisy sú prijímané práve zástupcami vlád.

1.2.4.2 Orgány Slovenskej republiky

Nakoľko sa téma našej práce priamo dotýka i SR, a to nie len ako ČŠ EÚ, ale aj ako štátu, ktorý na problematiku aktívne upozorňuje, považujeme za dôležité, aby sme definovali úlohu jednotlivých orgánov SR pri riešení problematiky.

⁴⁷ EURÓPSKA ÚNIA. *Európsky parlament* [online]. [cit. 2021-04-26]. Dostupné na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-parliament_sk

⁴⁸ EURÓPSKA ÚNIA. *Európsky parlament* [online]. [cit. 2021-04-26]. Dostupné na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-parliament_sk

⁴⁹ EURÓPSKA ÚNIA. *Rada Európskej únie* [online]. [cit. 2021-04-27]. Dostupné na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/council-eu_sk

⁵⁰ EUR-LEX. *Lisabonská zmluva (čl. 9)* [online]. [cit. 2021-04-12]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A12016E003>

Vláda SR je orgán exekutívneho charakteru, ktorej členmi sú ministri, zodpovedajúci za jednotlivé ministerské rezorty, a predseda, ktorý je premiérom SR.⁵¹ Zodpovedá sa NR SR, ktorá nad vládou vykonáva kontrolnú činnosť. Vláda má právomoc priamo vydávať nariadenia a tiež predkladá návrhy novej legislatívy, čo pramení z jej právomoci v oblasti legislatívnej iniciatívy. V rámci problematiky našej práce je teda dôležitým orgánom, ktorý sa podieľa na jej riešení nielen návrhmi zákonov, ale rovnako aj účasťou ministrov v Rade EÚ.

V rámci problematiky duálnej kvality má Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR značné postavenie. Jedná sa o služobný úrad SR, pod ktorého pôsobnosť okrem iného spadá aj dozor nad celým agropotravinovým reťazcom a rovnako i kontrola samotnej kvality potravín.⁵² Zodpovedá tiež za tvorbu politiky SR v oblasti potravinárstva, vysielala svojich zástupcov na stretnutia v rámci Rady EÚ a je sprostredkovateľom styku s EK.

Národná rada SR je jednokomorovým orgánom zákonodarnej povahy, ktorý je jediným legislatívnym tvorcom v rámci SR.⁵³ Jej členmi sú voličmi zvolení poslancí zástupcovia, ktorí v svojom mandáte konajú počas 4 rokov. Je dôležitým orgánom nie len z hľadiska tvorby vnútroštátneho práva, ale rovnako aj rokuje o otázkach medzinárodných, a teda i európskych. V rámci európskeho práva hrá dôležitú rolu v prípade, keď sa smernice včleňujú do vnútroštátnej legislatívy. V súvislosti s našou problematikou duálnej kvality to znamená, že prijatím smerníc týkajúcich sa duálnej kvality na úrovni európskej, Národná rada neskôr prijme legislatívu, ktorá implementuje obsah smernice aj na úrovni slovenskej.

Štátna veterinárna a potravinová správa (ďalej len „ŠVPS“) je jedným z orgánov pôsobiacich v sfére štátnej správy. Jej činnosť je ustanovená zákonom č. 39/2007 Z.z. o veterinárnej starostlivosti a zákonom č. 152/1995 Z.z. o potravinách.⁵⁴ Zákon 152/1995 Z.z. ju oprávňuje vykonávať potravinový dozor v rámci potravín obchodovaných na území

⁵¹ SLOV-LEX. *Ústava Slovenskej republiky (hlava 6)* [online]. [cit. 2021-05-13]. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1992/460/#predpis.hlava-siesta>

⁵² MPRVSR. *Štatút Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR účinný od 01.10.2020* [online]. [cit. 2021-05-13]. Dostupné na: <https://www.mpsr.sk/statut-ministerstva-podohospodarstva-a-rozvoja-vidieka-sr-ucinnny-01-10-2020/7---15906/>

⁵³ SLOV-LEX. *Ústava Slovenskej republiky (hlava 5)* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1992/460/#predpis.hlava-piata>

⁵⁴ ŠTÁTNA VETERINÁRNA A POTRAVINOVÁ SPRÁVA. *Základné informácie* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://www.svps.sk/>

SR.⁵⁵ Má dôležité postavenie v problematike dvojitej kvality práve kvôli dozoru, ktorý nad potravinami vykonáva prostredníctvom kvalitatívnych testov.

1.2.5 Výsledky testovania duálnej kvality tovaru na trhu Slovenskej republiky

Duálnu kvalitu na trhu SR preverovala od júla 2017 do decembra 2020 ŠVPS, ktorá na svojej webovej stránke uvádza niekoľko kvalitatívne nevyhovujúcich produktov.⁵⁶ Tieto produkty, nachádzajúce sa na troch trhoch (slovenský, nemecký a rakúsky), boli vzájomne porovnané, pričom sa pozorovali rozdiely v balení, prísadách a živinách, a zároveň bola vykonaná aj senzorická analýza. Pri balení sa sledovali farby, logo, obrázky, rozloženie a tvar. Nasledujúca tabuľka č. 1 zobrazuje niektoré vybrané výsledky ich pozorovaní.

Tabuľka 1. Výsledky testov ŠVPS

	BALENIE	VÝŽIVOVÉ HODNOTY	ZLOŽENIE	SENZORICKÁ ANALÝZA
La Espanola – Extra panenský olivový olej (SK) La Espanola – Natives Olivenöl Extra (DE)				
VÝSLEDKY:	rovnaké	rovnaké	netestované	signifikantné rozdiely
K CLASSIC – Extra Virgin Olive Oil – Extra panenský olivový olej (SK) K CLASSIC – Natives Olivenöl Extra (DE)				
VÝSLEDKY:	rovnaké	malý rozdiel	malý rozdiel	signifikantné rozdiely
BILLA BIO Slniečnicový olej (SK) REWE Sonnen-Blumenöl (DE)				
VÝSLEDKY:	signifikantné rozdiely	netestované	rovnaké	malý rozdiel
KIRI z tvarohu a smotany (SK) KIRI mit Sahne (AT/DE)				

⁵⁵ SLOV-LEX. *Zákon NR SR č. 152/1995 Z.z.* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://www.slovlex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1995/152/19970101.html#>

⁵⁶ ŠTÁTNA VETERINÁRNA A POTRAVINOVÁ SPRÁVA. *Dual Quality of food products marketed in the EU Member States under the same brand or trademark but with differences in content, composition or quality* [online]. [cit. 2021-04-18]. Dostupné na: <https://dualquality.svps.sk/>

<i>VÝSLEDKY:</i>	malý rozdiel	signifikantné rozdiely	signifikantné rozdiely	signifikantné rozdiely
Leerdammer Original – Tendrement fruité Nutty & Mellow polotvrdý zrejúci plnotučný syr porciovaný (SK) Leerdammer Original – Schnittkäse – mild – nussig (DE)				
<i>VÝSLEDKY:</i>	rovnaké	rovnaké	rovnaké	rovnaké
Grand Dessert – Double Choc – čokoládový dezert s kakaovou šľahačkou (SK) Grand Dessert – Double Choc – Schokocrème mit Schokosahne (DE)				
<i>VÝSLEDKY:</i>	malý rozdiel	rovnaké	signifikantné rozdiely	rovnaké
Kinder Maxi King milky cream (SK) Kinder Maxi King Milch-creme (AT/DE)				
<i>VÝSLEDKY:</i>	rovnaké	rovnaké	rovnaké	rovnaké
Kinder Pingui Čokoláda (SK) Kinder Pingui Schoko (AT/DE)				
<i>VÝSLEDKY:</i>	rovnaké	signifikantné rozdiely	signifikantné rozdiely	malý rozdiel
RIO mare – Tuniak v olivovom oleji (SK) RIO mare – Thunfisch in Olivenöl (AT) RIO mare – Thunfisch – Filets in Olivenöl – geschnitten (DE)				
<i>VÝSLEDKY:</i>	signifikantné rozdiely	signifikantné rozdiely	rovnaké	malý rozdiel
Pfanner 100 % Jablková šťava (SK) Pfanner 100 % Apfelsaft aus Apfelsaftkonzentrat (DE)				
<i>VÝSLEDKY:</i>	rovnaké	rovnaké	rovnaké	rovnaké
Tuc Original – Krekery (SK) Tuc Original – Kräcker (AT) Tuc Original – Gesalzene Kräcker (DE)				
<i>VÝSLEDKY:</i>	rovnaké	signifikantné	signifikantné	signifikantné

		rozdiely	rozdiely	rozdiely
Nestlé Fitness (SK)				
Nestlé Fitness (AT)				
VÝSLEDKY:	malý rozdiel	malý rozdiel	malý rozdiel	rovnaké

Prameň: vlastné spracovanie podľa ŠVPS < <https://dualquality.svps.sk/> >

Na základe výsledkov testov pozorujeme, že pri niektorých produktoch sa vyskytujú značné kvalitatívne rozdiely, a to aj napriek minimálnym rozdielom v obale.

1.2.6 Výsledky celoeurópskeho testovania duálnej kvality tovarov

V dôsledku neutíchajúcich sťažností ČŠ a v záujme ochrany spotrebiteľov rozhodla EÚ (v rokoch 2018 a 2019) otestovať výrobky v rámci celého trhu integrácie.⁵⁷ Vyzvala ČŠ, aby sa zapojili do spoločného testovania a sami navrhli produkty, pri ktorých považujú za nevyhnutné, aby boli testované. Do tejto iniciatívy sa zapojilo 19 ČŠ a základ porovnávania tvorilo 128 tovarov (1380 vzoriek v rámci všetkých kooperujúcich štátov), ktoré boli rozdelené do deviatich pozorovaných celkov. Ako objekt pozorovania si odborníci stanovili obal a zloženie, ktoré boli porovnávané vzájomne medzi sebou, pričom výsledok komparácie bol vyjadrený označením produktov ako rovnakých, podobných alebo odlišných. Pre objektívne hodnotenie postupovali podľa šiestich základných princípov, ktoré stanovila Európska komisia:

- celý priebeh testovania bol transparentný pre všetky zúčastnené strany,
- prísne stanovený postup,
- porovnávané tovary boli schopné vzájomnej komparácie, t.j. produkty predávané pod tou istou značkou a rovnakým označením,
- pri všetkých produktoch boli sledované len stanovené kritéria a používané metódy efektívne pre toto pozorovanie, pričom výskum bol vykonávaný v akreditovaných laboratóriách,
- do procesu boli rovnako zapojení výrobcovia, vládni zástupcovia a zástupcovia spotrebiteľov,
- pri výbere produktov sa brala do úvahy aj veľkosť trhového podielu.

Cieľom tohto rozsiahleho testovania bolo získať informácie o produktoch, ktoré by boli postačujúce na to, aby sa stanovil jasný záver, či sú v rámci spoločného trhu EÚ

⁵⁷ EUROPEAN COMMISSION: *Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of food products – June 2019*. 2019. s. 1-17

obchodované tovary, ktoré sú predávané s rovnakým označením a v identickom balení, ale s rozdielnym zložením.⁵⁸ Výsledky celoeurópskeho testovania sme zahrnuli v tabuľke 2.

Tabuľka 2. Výsledky celoeurópskeho testovania tovarov

PERCENTO Z TESTOVANÝCH PRODUKTOV	VÝSLEDOK KOMPARÁCIE OBALU	VÝSLEDOK KOMPARÁCIE ZLOŽENIA
31 %	rovnaké	rovnaké
27 %	rozdielne	rozdielne
22 %	podobné	rozdielne
9 %	rovnaké	rozdielne
2 %	rozdielne	rovnaké

Prameň: vlastné spracovanie podľa European Commission. 2019. Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of food products – June 2019. Luxemburg 2019. s. 15. ISBN 978-92-76-08569-0.

V tabuľke č. 2 pozorujeme, že najväčší podiel testovaných produktov majú tovary, ktoré sú v rámci jednotného trhu predávané v rovnakom obale a s identickým zložením. Druhý najväčší podiel majú tovary predávané s rozdielnym zložením, avšak odlišný je aj ich obal, a z tohto dôvodu nie sú pre spotrebiteľa zavádzajúce. Najmenší podiel majú produkty, ktoré sú predávané v rozdielnom balení, ale s rovnakým zložením. Potenciálne najvyššiu mieru hrozby zavádzania spotrebiteľa predstavuje 31 % tovarov, čo tvorí viac ako štvrtinu testovanej vzorky. 22 % z tejto množiny je tvorených výrobkami, ktoré majú podobný obal ale rozdielne zloženie. Najhoršie výsledky v rámci testovania dosiahlo 9 % produktov, ktoré boli predávané v identickom balení ale s odlišným zložením. Európska komisia však v rámci výsledkov testovania uvádza, že rozdiely v zložení výrobkov, ktoré boli zachytené počas testovania, nevytvárajú bezprostredne rozdiel v kvalite v rámci určitých geografických regiónov, a to aj napriek širokému prierezu v rámci výrobkov

⁵⁸ EUROPEAN COMMISSION: *Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of food products – June 2019*. 2019. s. 6

a zúčastnených štátov a následnej tvorbe geografických máp.⁵⁹ EÚ podporuje výrobcov, aby spotrebiteľom podávali všetky potrebné informácie o diferenciácií produktov, nakoľko riadne informovaný spotrebiteľ môže oceniť ich prispôsobivosť sa danému trhu.⁶⁰ Avšak aj naďalej podporuje ČŠ v testovaní existencie duálnej kvality a snaží sa v rámci európskej legislatívy posilniť ochranu spotrebiteľa voči akýmkoľvek nekalým praktikám, k čomu prispela i vytvorením Novej dohody pre spotrebiteľov.⁶¹

1.2.7 Platný legislatívny rámec Európskej únie

Nakoľko mnoho štátov, argumentujúcich za existenciu dvojitej kvality, poznamenalo, že sa v rámci tohto problému jedná o nekalé obchodné praktiky, považujeme za vhodné uviesť na úvod tejto kapitoly smernice, ktoré upravujú v rámci európskej legislatívy problematiku nekalých praktík obchodníkov. Prvou smernicou je smernica 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom.⁶² Táto smernica jasne definuje zakázané obchodné praktiky a zaručuje tak rovnomernú ochranu euroobčanov, ktorí sú spotrebiteľmi tovarov umiestnených kdekoľvek na európskom trhu. V zmysle smernice je za nekalé praktiky potrebné považovať takú obchodnú praktikú, ktorá je „v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti a podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ku ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov“.⁶³ Táto smernica považuje za nekalé obchodné praktiky najmä klamlivé a agresívne praktiky. Smernica považuje praktikú za klamlivú ak: „obsahuje nesprávne alebo nepravdivé informácie, alebo môže viesť do omylu spotrebiteľa, ..., a zapríčiňuje, že spotrebiteľ prijme rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neprijal.“⁶⁴ Okrem toho sa považuje za klamlivú, ak výrobca opomenie alebo poskytne nejasným spôsobom podstatnú informáciu, ktorú „priemerný spotrebiteľ potrebuje na to, aby urobil kvalifikované

⁵⁹ EUROPEAN COMMISSION: *Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of food products – June 2019*. 2019. s.15

⁶⁰ EUROPEAN COMMISSION. *Dual Food Quality: Questions and Answers* [online]. [cit. 2021-04-20]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_19_3333

⁶¹ EUROPEAN COMMISSION. *Dual Food Quality: Questions and Answers* [online]. [cit. 2021-04-20]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_19_3333

⁶² EUR-LEX. *Smernica 2005/29/ES* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁶³ EUR-LEX. *Smernica 2005/29/ES (článok č. 5)* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁶⁴ EUR-LEX. *Smernica 2005/29/ES (článok č. 6)* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

*rozhodnutie o obchodnej transakcii...*⁶⁵ Spotrebiteľ má tiež nárok na „*konkrétne očakávania v porovnaní s referenčným výrobkom...*“ a ak sa „*...príslušný výrobok od týchto očakávaní výrazne líši*“, dochádza k porušeniu tejto smernice.⁶⁶

V roku 2019 bola prijatá smernica (EÚ) 2019/2161, ktorá dopĺňa niektoré časti predošlej smernice. Bola prijatá za účelom modernizácie pravidiel EÚ na ochranu spotrebiteľa a kladie väčší dôraz na ochranu spotrebiteľa i pri nákupoch v rámci online priestoru. Uvádzenie produktu na trhu považuje za klamlivé, ak je prezentované ako identické, ale zloženie je v skutočnosti odlišné, a teda sa priamo dotýka výrobkov dvojitej kvality.⁶⁷ Táto smernica tiež zabezpečuje spotrebiteľom možnosť na kompenzáciu či právo na znížené ceny, a zároveň zaväzuje ČŠ prijať systém sankcií obchodníkov vo forme pokút, ktoré môžu siahať až do výšky 4% z obratu.⁶⁸

Ak sa pozeráme konkrétne na úpravu európskej potravinovej legislatívy, základným nariadením upravujúcim potravinové právo je Nariadenie (ES) 178/2002 o všeobecných zásadách a požiadavkách potravinového práva.⁶⁹ Toto záväzné nariadenie je základom pre zábezpeku, že v rámci jednotného trhu EÚ budú umiestňované len bezpečné potravinové výrobky, pričom ich spotrebiteľia majú byť informovaní o zložení a vlastnostiach tovaru, pričom nesmú byť uvedení do omylu. Druhým dôležitým nariadením je i nariadenie (EÚ) 1169/2011 o poskytovaní informácií o potravinách, v ktorom je jasne zadané, že informácie „*nesmú na potravinovom výrobku uvádzať do omylu pokiaľ ide o jeho vlastnosti, ani poukazovaním na prítomnosť konkrétnej zložky na základe vzhľadu, opisu alebo zobrazení, hoci v skutočnosti prirodzene prítomná zložka alebo bežne používaná zložka v tomto potravinovom výrobku bola nahradená.*“⁷⁰

Neopomenuteľnou súčasťou problematiky duálnej kvality je teda aj ochrana spotrebiteľa. Ochrane spotrebiteľa sa venuje nariadenie (EÚ) 2017/2394 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za presadzovanie právnych predpisov na

⁶⁵ EUR-LEX. *Smernica 2005/29/ES (článok č. 7)* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁶⁶ EUR-LEX. *Dvojaká kvalita výrobkov – konkrétny prípad potravín* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/summary/SK/4315029>

⁶⁷ EUR-LEX. *Smernica (EÚ) 2019/2161* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32019L2161>

⁶⁸ EUR-LEX. *Nekalé obchodné praktiky* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=LEGISUM:l32011>

⁶⁹ EUR-LEX. *Nariadenie (ES) 178/2002* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32002R0178>

⁷⁰ EUR-LEX. *Dvojaká kvalita výrobkov – konkrétny prípad potravín* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/summary/SK/4315029>

ochranu spotrebiteľa.⁷¹ Toto nariadenie definuje právomoci príslušných orgánov na presadzovanie práva, a to dokonca, že od obchodníka môže vymáhať záväzok, že prestane s porušovaním predpisov či poskytne kompenzáciu poškodeným spotrebiteľom. Rovnako oprávňuje orgány na overovanie prostredníctvom nákupov, či nedochádza k diskriminácií zakladajúcej sa na geografickej polohe. ČŠ si tiež môžu vzájomne poskytovať informácie. V prípade, ak dôjde k porušeniu noriem vo viacerých krajinách, môžu sa zúčastnené krajiny obrátiť na EK, ktorá dohliada na dodržiavanie európskej legislatívy.

1.2.8 Zákon NR SR o potravinovom semafore

V rámci legislatívy týkajúcej sa kvalitatívnej úrovne potravín slovenského trhu vznikol v roku 2021 nový zákon. Na jeho tvorbe sa podieľal aj poslanec NR SR Patrick Linhart, ktorý sa problematike kvality potravín venuje už niekoľko rokov. Zákon NR SR č. 69/2021 Z.z. je právnym podkladom pre vznik tzv. „potravinového semaforu“, ktorý má pomôcť zabezpečiť transparentnosť kvality potravín pre nakupujúcich spotrebiteľov a svoju účinnosť nadobudol 1. januára 2022.⁷² Tento semafor funguje na báze registrácie potravín, pričom pri každej potravine sa uvádzajú informácie súvisiace s cieľovou skupinou, ktorej je produkt určený, o spôsobe i stupni spracovania danej potraviny, pôvode, zložení a kvalite či certifikácií. Takáto registrácia je však na báze dobrovoľnosti, čo značí, že na trhu budú stále produkty, ktoré nebudú poskytovať dostatočné informácie. Jej zavedením ale môže výrobcovi, ktorý sa rozhodne takto registrovať svoje potraviny, pomôcť k získaniu lepšej konkurenčnej pozície na trhu, a zároveň spotrebiteľovi umožní mať prehľad o kvalite tovaru, ktorý kupuje.

⁷¹ EUR-LEX. *Nariadenie (EÚ) 2017/2394* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32017R2394>

⁷² SLOV-LEX. *Zákon NR SR č. 69/2021 Z.z.* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2021/69/vyhlasene_znenie.html

2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE

Hlavným cieľom záverečnej práce je skúmať problematiku duálnej kvality tovarov a identifikovať jej vplyv na cezhraničný obchod v rámci jednotného trhu EÚ na základe prieskumu spotrebiteľského správania a spotrebiteľských preferencií vo vzťahu k produktom duálnej kvality na trhu SR.

Medzi parciálne ciele práce zaraďujeme zhodnotenie motívov a efektov duálnej kvality tovarov na základe syntetizácie existujúcich teoretických poznatkov a empirických štúdií, identifikovanie postojov a krokov v rámci predmetnej témy zo strany inštitúcií EÚ, posúdenie prípustnosti duálnej kvality tovarov z hľadiska legislatívnej úpravy predmetnej problematiky na úrovni EÚ, ako aj úlohy orgánov zapojených do riešenia duálnej kvality na Slovensku i v rámci EÚ. Medzi ďalšie parciálne ciele radíme aj:

- zistenie miery ochoty spotrebiteľov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, akceptovať existenciu duálnej kvality a akceptovať argument výrobcov,
- zistenie, do akej miery respondenti, ktorí už počuli o téme duálnej kvality, považujú kontrolu zo strany príslušných orgánov za dostatočnú,
- skúmanie vplyvu vekovej skupiny na vnímanie duálnej kvality a správanie spotrebiteľov,
- skúmanie vplyvu príjmovej skupiny na vnímanie duálnej kvality a správanie spotrebiteľov,
- identifikáciu druhu tovarov s najčastejšie sa vyskytujúcou duálnou kvalitou podľa spotrebiteľov,
- identifikáciu možného vplyvu existencie duálnej kvality na cezhraničný obchod EÚ.

V práci overíme hypotézy stanovené nasledovne:

- H.1 – Predpokladáme, že väčšina respondentov, ktorí považujú tovary rovnakej značky predávané v zahraničí za kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality.
- H.2 – Predpokladáme, že väčšina respondentov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality.
- H.3 – Predpokladáme, že väčšina respondentov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, nesúhlasí s argumentom výrobcov, že: „Duálna kvalita je len výsledok preferencií jednotlivých trhov.“

- H.4 – Predpokladáme, že väčšina respondentov, ktorí už počuli o téme duálnej kvality, považuje kontrolu zo strany príslušných orgánov za nedostatočnú.
- H.5 – Predpokladáme, že v každej vekovej skupine väčšina respondentov súhlasí s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, zároveň vníma existenciu tovarov duálnej kvality ako problém, a tiež nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, a teda neexistuje rozdiel vo vnímaní duálnej kvality medzi jednotlivými generáciami.
- H.6 – Predpokladáme, že neexistuje rozdiel v správaní spotrebiteľov jednotlivých generácií, ak vedia o duálnej kvalite daného tovaru, a väčšina respondentov jednotlivých vekových skupín sa medzi sebou zhodne v spotrebiteľskom správaní v dôsledku duálnej kvality.
- H.7 – Predpokladáme, že v každej príjmovej skupine väčšina respondentov súhlasí s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, zároveň vníma existenciu tovarov duálnej kvality ako problém, a tiež nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, a teda neexistuje rozdiel vo vnímaní duálnej kvality medzi jednotlivými príjmovými skupinami spotrebiteľov.
- H.8 – Predpokladáme, že neexistuje rozdiel v správaní spotrebiteľov jednotlivých príjmových skupín, ak vedia o duálnej kvalite daného tovaru, a väčšina respondentov jednotlivých príjmových skupín sa medzi sebou zhodne v spotrebiteľskom správaní v dôsledku duálnej kvality.
- H.9 – Predpokladáme, že väčšina respondentov, považujúcich duálnu kvalitu za problém, vníma ako najčastejšie sa vyskytujúcu a najviac problematickú duálnu kvalitu pri potravinách.
- H.10 – Predpokladáme, že väčšina respondentov, považujúcich duálnu kvalitu za problém, uprednostní kúpu alternatívneho tovaru domácej výroby pred kúpou zahraničného tovaru duálnej kvality.

Pre potreby naplnenia hlavného cieľa práce sme využili niekoľko metód. Medzi zvolené metódy radíme metódu indukcie a dedukcie i metódu analýzy a syntézy. Okrem toho sme využili aj metódu komparácie a matematicko-štatistické metódy na vyhodnocovanie odpovedí respondentov v rámci prieskumu.

Metódou indukcie a dedukcie sú jednotlivé fakty zovšeobecňované na konkrétne tvrdenia, pričom závery sú vyvodzované na základe empirického výskumu. Následne sú

dedukciou logicky odvodzované možné následky.⁷³ V našom prípade sme túto metódu využili pri zbere odpovedí respondentov vo forme dotazníkového prieskumu, z ktorých sme na základe väčšiny odvodili všeobecné tvrdenia a neskôr dedukovali ich vplyv a dôsledky na zahraničný obchod SR v rámci jednotného trhu EÚ. Metóda analýzy spočíva v prvotnom rozbere väčších celkov na menšie a syntézou sú naopak menšie celky spájané do jedného celku.⁷⁴ Túto metódu sme využili pri analýze odpovedí respondentov a následne ich syntéze do jednotlivých skupín v rámci každej otázky.

V rámci teoretickej časti práce sme využili informácie, ktoré sme získali z viacerých slovenských či cudzojazyčných knižných publikácií, vedeckých štúdií a internetových zdrojov. V snahe o zachovanie aktuálnosti práce sme vybrali zdroje, ktoré boli čo najnovšie a najrelevantnejšie. Pre praktickú časť sme údaje získali z dotazníkového prieskumu, týkajúceho sa vplyvu duálnej kvality na spotrebiteľské správanie respondentov. Zvolili sme výskum formou dotazníku, nakoľko umožňuje rýchle získanie postojov, názorov a preferencií respondentov.⁷⁵ Naš dotazník obsahoval dvadsaťdeväť otázok, ktoré kombinovali viaceré formy dotazníkových položiek. Znenie otázok sa nachádza v Prílohe č. 1. Prvými boli zatvorené položky, ktoré boli vo forme dichomatickej ponuky, jednoduchého výberu a viacnásobného výberu. Okrem zavretých položiek dotazník obsahoval aj otvorené a polouzavreté položky. V rámci otázok dotazníka sme využili tiež Likertove škály. Pri tvorbe dotazníka sme si stanovili požadované ciele. Stanovili sme si i výskumný súbor, ktorým sú všetky súčasné generácie respondentov (od pätnástich do deväťdesiat šesť rokov). Pred oficiálnym spustením prieskumu sme dotazník dvakrát otestovali formou pilotného prieskumu medzi desiatimi respondentmi, ktorý sa uskutočnil v novembri 2021. Hlavný prieskum sa uskutočnil v období november 2021 – január 2022. Dotazník bol zhotovený v elektronickej podobe, pričom bol rozposlaný respondentom priamo alebo sa k respondentom dostal prostredníctvom zdieľania na sociálnych sieťach. Objektom skúmania bolo spotrebiteľské správanie a tendencie respondentov pri tovaroch duálnej kvality. Pre naplnenie cieľa práce sme stanovili desať hypotéz, ktoré sme v rámci praktickej časti overovali. Na základe získaných výsledkov sme vyhodnotili, či existencia duálnej kvality môže mať potenciálny vplyv na cezhraničný obchod medzi krajinami EÚ.

⁷³ FMV EUBA. *Metodika tvorby písomných prác* [online]. [cit. 2021-11-28]. Dostupné na: https://fmv.euba.sk/www_write/files/dokumenty/studium/metodika_tvorby_pisomnych_prac.pdf

⁷⁴ FMV EUBA. *Metodika tvorby písomných prác* [online]. [cit. 2021-11-28]. Dostupné na: https://fmv.euba.sk/www_write/files/dokumenty/studium/metodika_tvorby_pisomnych_prac.pdf

⁷⁵ UNIBA. *Elektronická učebnica pedagogického výskumu – Dotazník* [online]. [cit. 2021-11-28]. Dostupné na: <http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/index.php/kapitoly/dotaznik.php?id=i12>

3 VÝSLEDKY A DISKUSIA

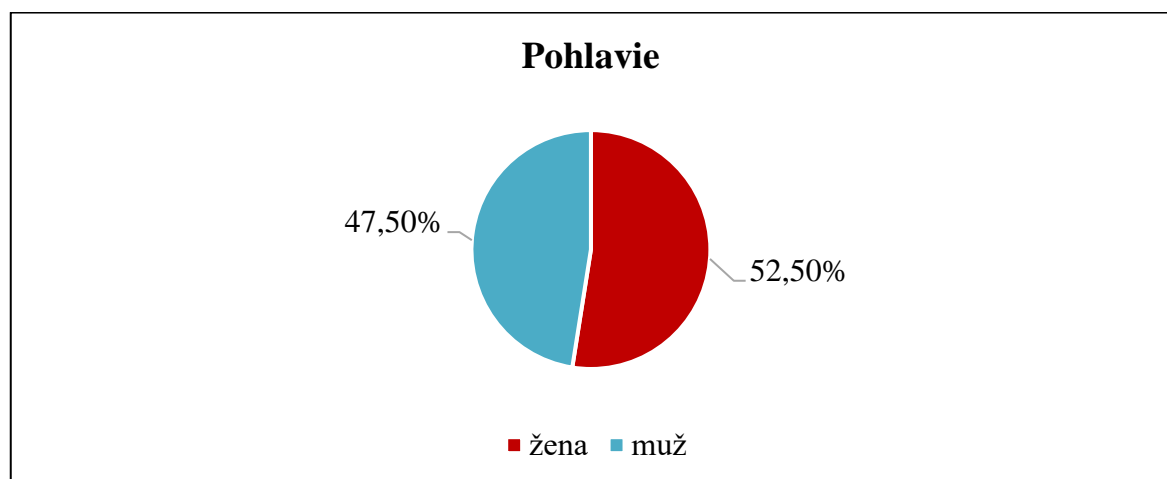
V tejto časti práce prezentujeme výsledky našej práce, ktorá bola založená na výskume s využitím dotazníku. Pre ďalšie potreby tejto časti však považujeme za nevyhnutné najskôr charakterizovať vzorku respondentov, ktorí sa do výskumu zapojili.

3.1 Charakteristika vybranej vzorky respondentov

Do nášho výskumu sa zapojilo 200 respondentov žijúcich na území SR, ktorých môžeme bližšie identifikovať na základe niekoľkých charakteristík: pohlavia, veku, príjmovej skupiny, počtu členov domácnosti a bydliska. Pre potreby výskumu je vybraná vzorka považovaná za reprezentatívnu pre všetkých slovenských spotrebiteľov.

V rámci opýtanej vzorky respondentov dotazník vyplnilo 105 žien a 95 mužov. Percentuálne zastúpenie je zobrazené v grafe č. 1. Pozorujeme, že zastúpenie oboch pohlaví v rámci opýtaných respondentov je pomerne vyrovnané.

Graf 1. Percentuálne zastúpenie pohlaví v rámci vzorky respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie

Čo sa týka veku, respondentov sme zaradili do piatich skupín, ktoré boli stanovené podľa jednotlivých generácií. Počet respondentov jednotlivých vekových skupín a ich príslušné generácie sú definované v tabuľke č. 3. Toto rozdelenie má význam vzhľadom na to, že chceme zistiť, či možno pozorovať odlišnosti v spotrebiteľskom správaní na základe príslušnosti k jednotlivým generáciám. Presné percentuálne zastúpenie jednotlivých vekových skupín je vyjadrené v grafe č. 2. Na základe neho pozorujeme, že viac ako polovicu vzorky tvorili respondenti vo vekových kategóriách medzi pätnásť až dvadsaťšesť rokov a medzi dvadsaťsedem až štyridsaťjeden rokov. Treťou najpočetnejšou skupinou boli respondenti medzi štyridsaťdva až päťdesiatšesť rokov. Avšak v rámci našej vzorky

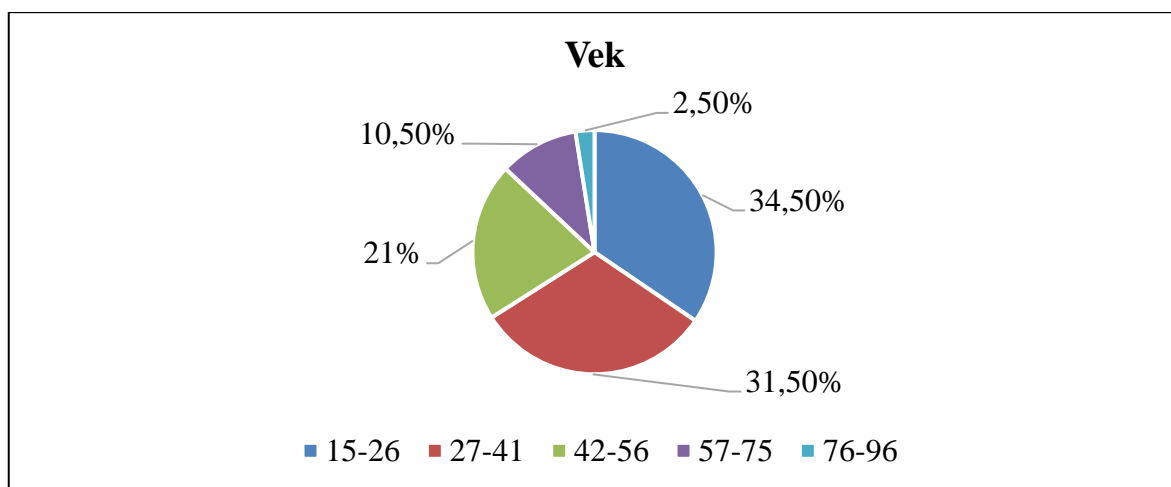
boli zastúpení aj respondenti z dvoch ďalších skupín, ktoré zastupujú staršie generácie. Na základe toho môžeme povedať, že vzorka respondentov je rozmanitá a výsledky prieskumu možno považovať za reprezentatívne za všetky vekové kategórie resp. generácie.

Tabuľka 3. Vekové skupiny, počet respondentov v daných skupinách a príslušná generácia

VEKOVÁ SKUPINA	GENERÁCIA	POČET RESPONDENTOV
15-26	Generácia Z	69
27-41	Generácia Y / „Mileniáli“	63
42-56	Generácia X	42
57-75	Povojnová generácia / „Baby Boomers“	21
76-96	Tichá generácia	5

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Career Planner <<https://www.careerplanner.com/Career-Articles/Generations.cfm>>

Graf 2. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa veku

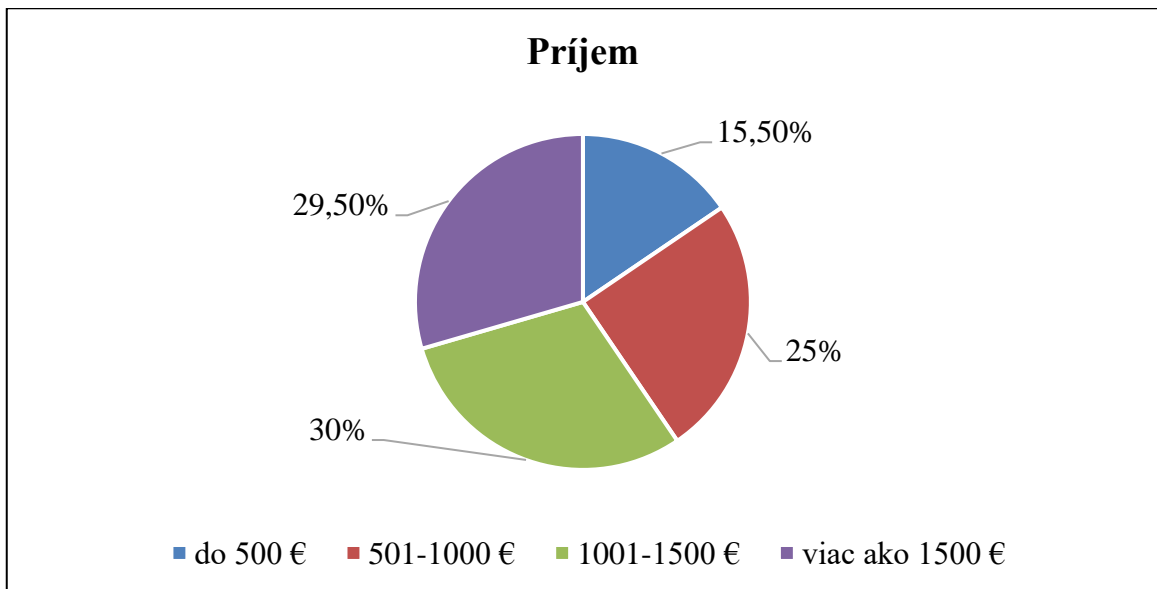


Zdroj: vlastné spracovanie

Okrem toho sme v prieskume zisťovali aj výšku mesačného príjmu respondentov, aby sme mohli určiť, či má určitá príjmová úroveň vplyv na rozdielne správanie medzi jednotlivými skupinami. Identifikovali sme štyri príjmové skupiny: respondenti, ktorých mesačný príjem je do 500 eur, respondenti, ktorých mesačný príjem je od 501 do 1000 eur, respondenti, ktorých mesačný príjem je medzi 1001 do 1500 eur a respondenti, ktorých príjem je viac ako 1500 eur mesačne. V grafe č. 3 sme zobrazili percentuálne zastúpenie jednotlivých príjmových skupín v rámci celej pozorovanej vzorky. Viac ako polovicu celej

opýtanej vzorky tvorili reprezentanti dvoch príjmových skupín, ktorými sú: mesačný príjem medzi 1001 až 1500 eur a príjem viac ako 1500 eur mesačne. Skupinu s najmenším počtom reprezentantov tvorí skupina s mesačným príjmom do 500 eur.

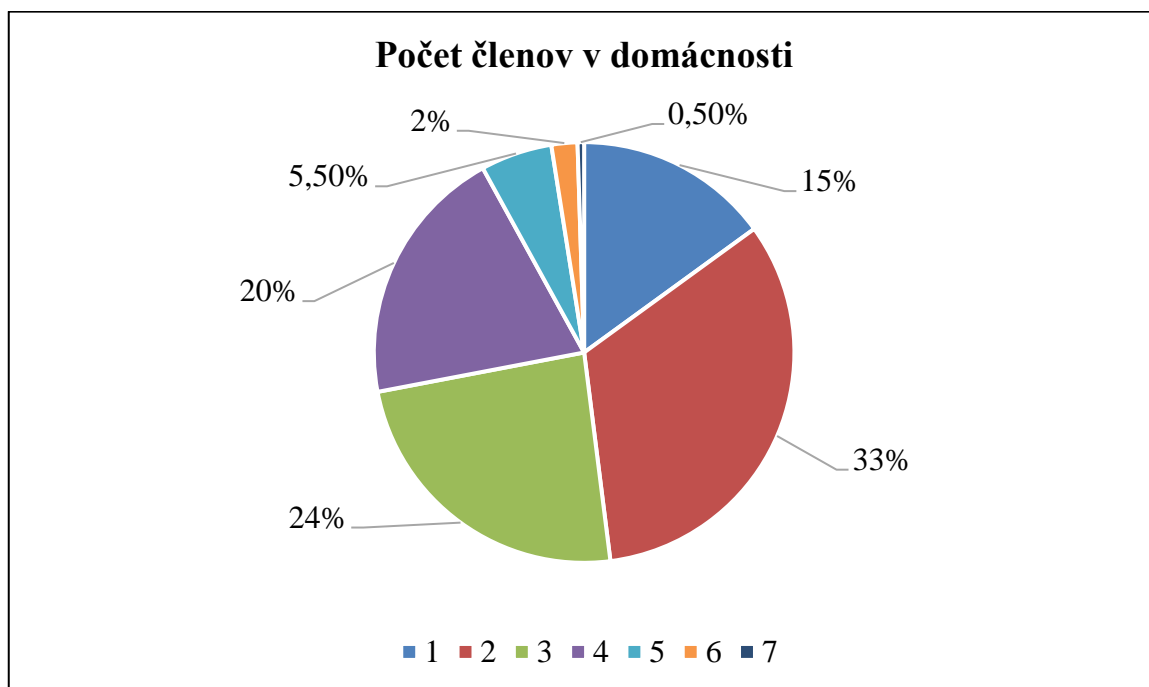
Graf 3. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa mesačného príjmu



Zdroj: vlastné spracovanie

V našom prieskume sme ďalej zisťovali počet členov v domácnosti respondentov. Percentuálne zastúpenie respondentov na celkovej vzorke podľa počtu členov domácnosti sme vyjadrili v grafe č. 4. Pozorujeme, že najväčšou skupinou sú respondenti, ktorí sú súčasťou dvojčlennej domácnosti. Na druhom mieste sú respondenti, ktorí sú súčasťou trojčlennej domácnosti a na treťom mieste respondenti zo štvorčlennej domácnosti. Najmenej početnou skupinou sú respondenti, ktorí žijú v sedemčlennej domácnosti.

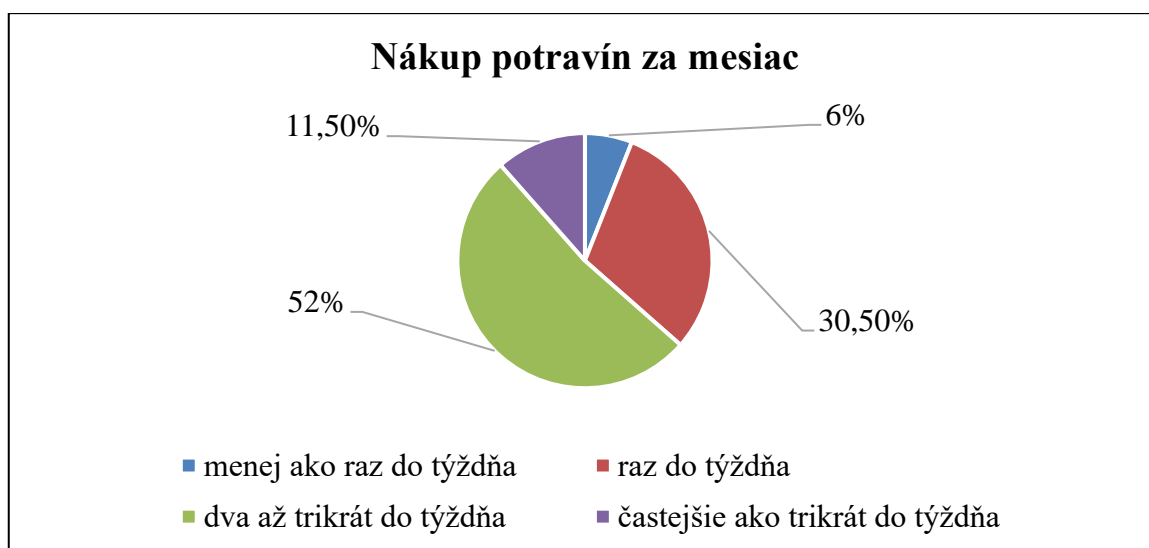
Graf 4. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa počtu členov v domácnosti



Zdroj: vlastné spracovanie

Tiež sme sa respondentov pýtali, ako často za mesiac nakupujú potraviny, pričom sme zadefinovali štyri základné skupiny: menej ako raz do týždňa, raz do týždňa, dva až trikrát do týždňa a častejšie ako trikrát do týždňa. Viac ako polovica opýtaných nakupuje potraviny dva až trikrát do týždňa. Najmenej opýtaných nakupuje menej ako raz do týždňa. Presné percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín, týkajúcich sa frekvencie nakupovania potravín za mesiac, je vyjadrené v grafe č. 5.

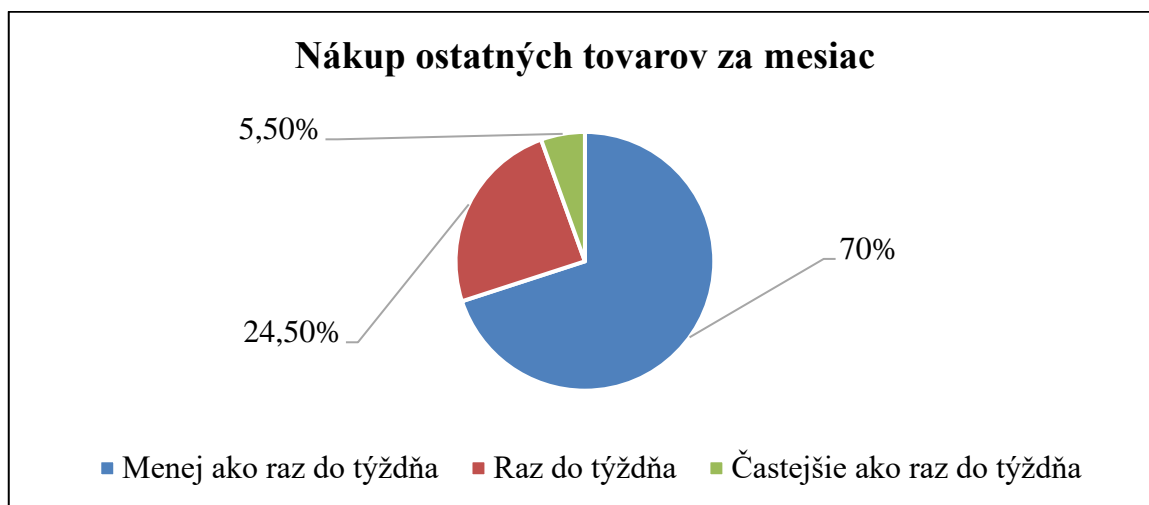
Graf 5. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa frekvencie nákupu potravín za mesiac



Zdroj: vlastné spracovanie

Nakoľko súčasťou celkovej spotreby sú nie len potraviny, ale i tovary iného charakteru, pýtali sme sa i na frekvenciu nakupovania ostatných druhov tovarov. Značná väčšina opýtaných sa v rámci nášho dotazníka vyjadrila, že zvyšné tovary nakupuje menej ako raz do týždňa. Naopak najmenej opýtaných sa vyjadrilo, že tieto tovary nakupujú častejšie ako raz do týždňa. V grafe č. 6 sme zobrazili presné percento jednotlivých skupín na celkovej vzorke, rozdelených na základe frekvencie nákupu ostatných tovarov.

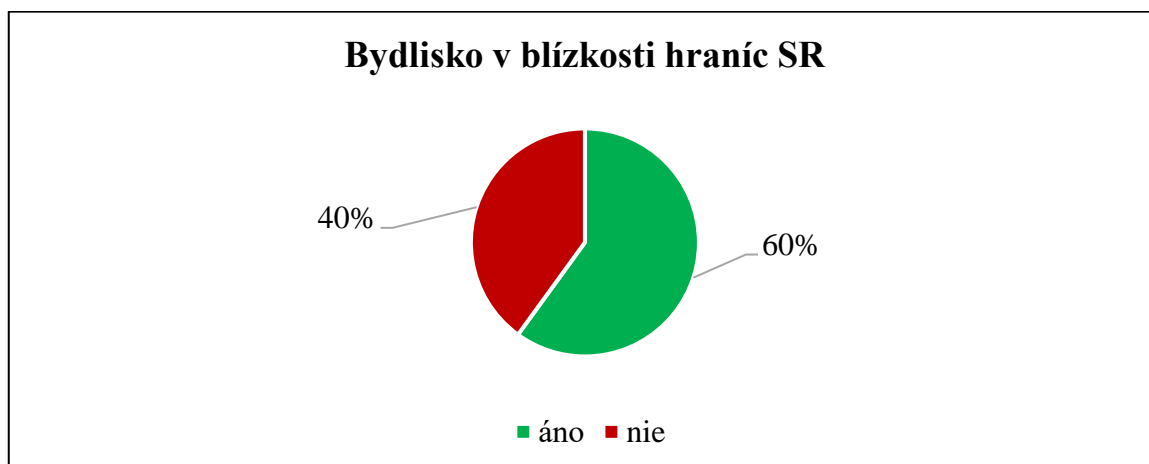
Graf 6. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa frekvencie nákupu ostatných tovarov za mesiac



Zdroj: vlastné spracovanie

Ďalším aspektom, ktorým sme sa zaoberali v rámci charakteristiky opýtanej vzorky, bola otázka, či žijú v blízkosti hraníc. Predpokladom bolo, že väčšina ľudí žijúcich v blízkosti hraníc bude častejšie nakupovať v zahraničí možno práve aj v dôsledku existencie tovarov duálnej kvality. Z celkového počtu respondentov sa až 120 opýtaných vyjadrilo, že žije v blízkosti hraníc. Presné percentuálne zastúpenie podľa bydliska v blízkosti hraníc je vyjadrené v grafe č. 7. Ak respondenti označili, že žijú v blízkosti hraníc, pýtali sme sa ich i na konkrétny okres, z ktorého pochádzajú. V rámci toho sme zistili, že títo respondenti pochádzajú z rôznych okresov v rámci celej SR. Traja respondenti sa rozhodli okres neuviesť. Zoznam uvedených okresov s presným počtom respondentov je zobrazený v tabuľke č. 4.

Graf 7. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa bydliska v blízkosti hraníc SR



Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 4. Zoznam okresov bydliska respondentov žijúcich v blízkosti hraníc SR a počet respondentov z daných okresov

OKRES	POČET RESPONDENTOV	OKRES	POČET RESPONDENTOV
Bratislava	50	Stará Ľubovňa	1
Trenčín	31	Komárno	1
Senec	7	Lučenec	1
Čadca	5	Dolný Kubín	1
Dunajská Streda	5	Snina	1
<i>Neuvedené</i>	3	Trebišov	1
Námestovo	2	Stropkov	1
Senica	2	Bytča	1
Pezinok	2	Kežmarok	1
Skalica	1	Tvrdošín	1
Malacky	1	Poprad	1

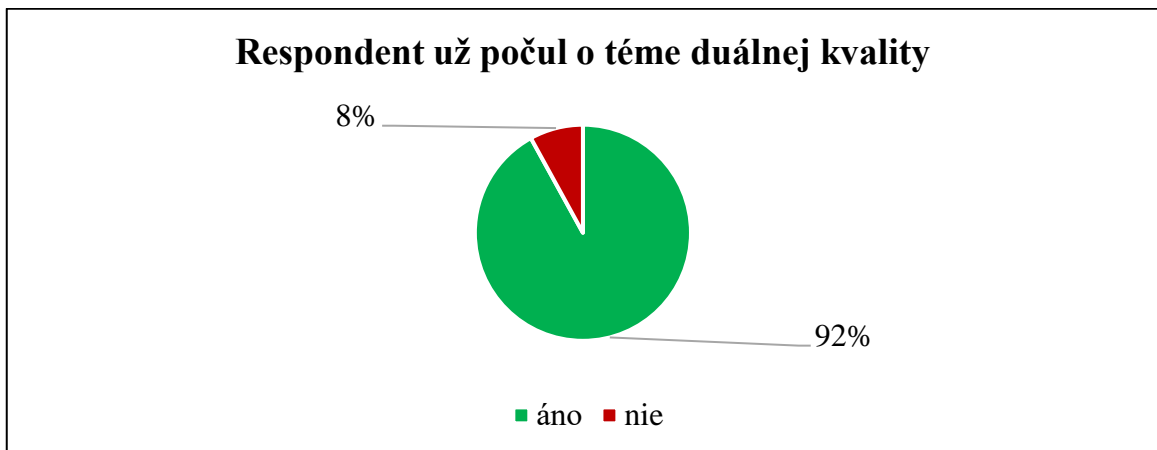
Zdroj: vlastné spracovanie

3.2 Postoje a správanie spotrebiteľov SR vo vzťahu k tovarom duálnej kvality

Zisťovali sme, či respondenti už počuli o téme duálnej kvality. Okrem toho sme zisťovali, odkiaľ o tejto téme už počuli. O téme duálnej kvality podľa výsledkov nášho

dotazníka počulo 184 respondentov z celkového počtu 200. Ich presné percentuálne zastúpenie na celkovej vzorke je vyjadrené v grafe č. 8. Ako najčastejší zdroj informácií o téme duálnej kvality respondenti označili médiá a známych či rodinu. Okrem toho niekoľko respondentov odpovedalo, že sa s témou duálnej kvality stretli v rámci výučby na škole či univerzite a mnohí uviedli, že majú vlastnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality (graf č.9).

Graf 8. Percentuálne zastúpenie respondentov, ktorí počuli o téme duálnej kvality na celkovej vzorke



Zdroj: vlastné spracovanie

Tiež sme v rámci nášho dotazníka zisťovali, či majú respondenti osobnú skúsenosť s duálnou kvalitou pri tovaroch predávaných na slovenskom trhu so zahraničným pôvodom. Z celkovej vzorky až 192 opýtaných uviedlo, že majú osobnú skúsenosť s dvojitou kvalitou pri zahraničných tovaroch predávaných na slovenskom trhu. Percentuálne zastúpenie týchto respondentov na celkovej opýtanej vzorke je vyjadrené v grafe č. 9.

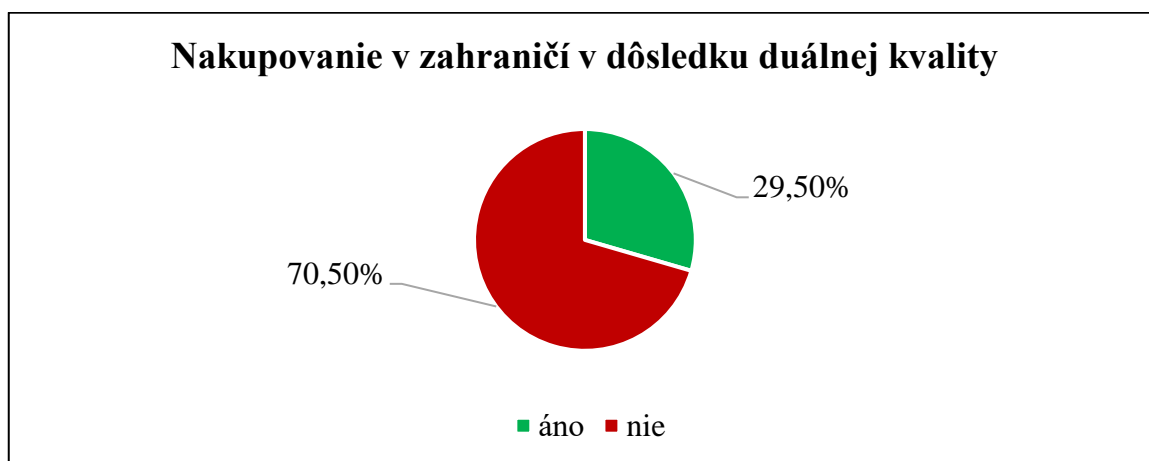
Graf 9. Percentuálne zastúpenie respondentov podľa osobnej skúsenosti s duálnou kvalitou



Zdroj: vlastné spracovanie

S témou duálnej kvality na Slovensku je úzko späté i nakupovanie tovarov na zahraničných trhoch. Preto sme sa respondentov pýtali, či v dôsledku duálnej kvality nakupujú radšej v zahraničí. 59 opýtaných vyjadrilo súhlasné stanovisko s týmto výrokcom. V rámci grafu č. 10 je vyjadrené percentuálne zastúpenie respondentov podľa toho, či v dôsledku duálnej kvality nakupujú alebo nenakupujú radšej v zahraničí.

Graf 10. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke nakupovania v zahraničí v dôsledku duálnej kvality



Zdroj: vlastné spracovanie

Okrem toho nás v rámci nášho dotazníku zaujímalo aj v ktorej krajine majú respondenti v porovnaní so slovenským trhom lepšie skúsenosti s kvalitou tovarov. Konkrétne sa jedná o odpovede respondentov, ktorí nakupujú radšej v zahraničí v dôsledku duálnej kvality. V rámci našej otázky mali možnosť vyjadriť svoj názor výberom viacerých možností. V tabuľke je vyjadrený zoznam krajín, kde respondenti, nakupujúci v zahraničí v dôsledku duálnej kvality, považujú tovary za kvalitnejšie ako na trhu SR, počet označení

jednotlivých krajín opýtanými respondentmi a percentuálne zastúpenie krajín na celkovom počte odpovedí na túto otázku.

Tabuľka 5. Zoznam krajín, v ktorých respondenti zaznamenali lepšiu kvalitu tovarov, počet označení jednotlivých krajín respondentmi a ich percentuálne zastúpenie na celkovom počte odpovedí respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality

KRAJINA	POČET	PERCENTO Z CELKU
Rakúsko	56	94,92%
Nemecko	22	37,29%
Česko	11	18,64%
Poľsko	4	6,78%
Spojené Kráľovstvo	4	6,78%
Maďarsko	2	3,39%
Taliansko	2	3,39%
USA	1	1,69%
Belgicko	1	1,69%
Holandsko	1	1,69%
Chorvátsko	1	1,69%
Švédsko	1	1,69%

Zdroj: vlastné spracovanie

Tiež nás v rámci dotazníku zaujímalo, či respondenti cestujú do zahraničia výlučne za účelom nákupu alebo nakúpia popri tom, ako krajinu navštívili za iným účelom. 21 respondentov z 59 sa vyjadrilo, že do zahraničia cestuje výlučne za účelom nákupu, čo predstavuje menej ako polovicu opýtaných, ktorí v dôsledku duálnej kvality nakupujú v zahraničí. Ich percentuálne zastúpenie vyjadruje graf č. 11.

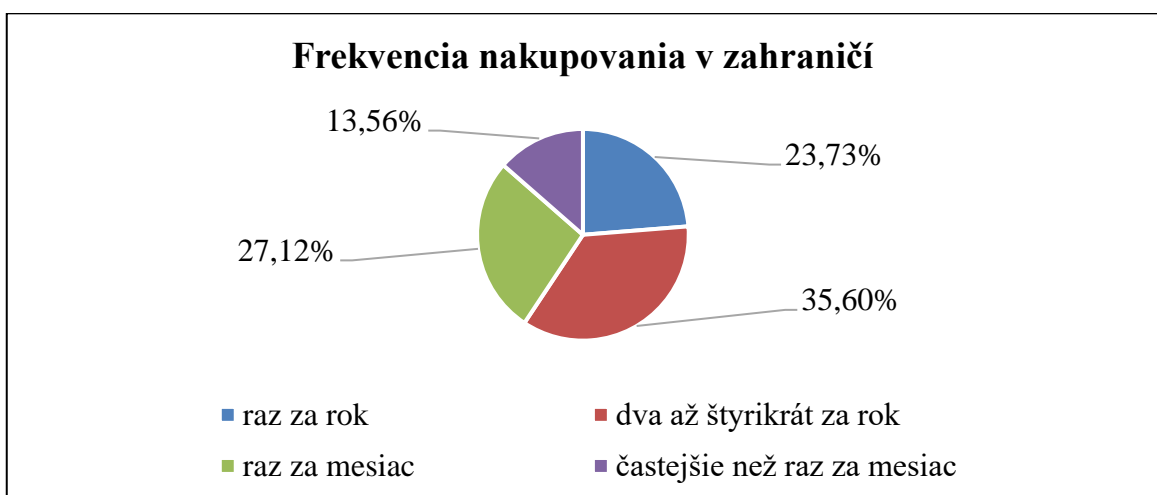
Graf 11. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke cestovania do zahraničia výlučne za účelom nákupu na vzorke respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality



Zdroj: vlastné spracovanie

Respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality sme sa pýtali i na frekvenciu nakupovania v zahraničí. Z celkového počtu 59 sa 21 respondentov vyjadrilo, že v zahraničí nakupuje dva až štyrikrát za rok, 16 sa vyjadrilo, že v zahraničí nakupuje raz za mesiac a 14 nakupuje raz za rok. Najmenej opýtaných nakupuje častejšie než raz za mesiac (8 respondentov). Percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín je vyjadrené v nasledujúcom grafe č. 12.

Graf 12. Frekvencia nakupovania v zahraničí u respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality a percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín

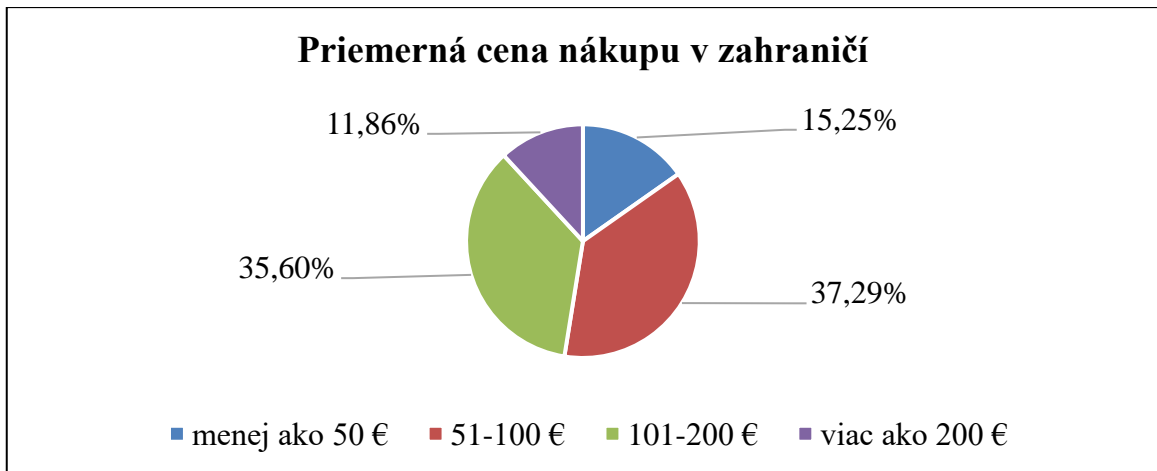


Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci nášho dotazníku sme sa pýtali i koľko v priemere minú za nákup v zahraničí respondenti nakupujúci v zahraničí v dôsledku duálnej kvality. 22 respondentov sa vyjadrilo, že v zahraničí minú za nákup v priemere 51-100 eur, ďalších 21 respondentov minie v priemere 101-200 eur za nákup a menej ako 50 eur minie v priemere

9 opýtaných. Najmenej opýtaných minie viac ako 200 eur (7 respondentov). Percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín na opýtanej vzorke 59 respondentov, nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality, je vyjadrené v grafe č. 13.

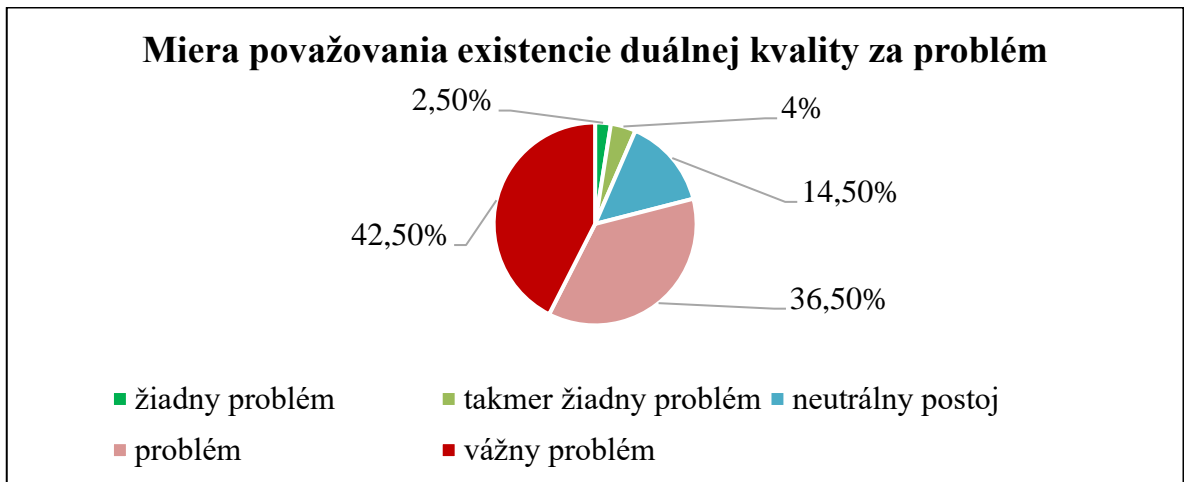
Graf 13. Priemerná cena nákupu v zahraničí u respondentov nakupujúcich v zahraničí v dôsledku duálnej kvality a percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín



Zdroj: vlastné spracovanie

Zisťovali sme aj do akej miery považujú reprezentanti našej vzorky existenciu duálnej kvality za problém. Z celkovej vzorky 200 respondentov označilo existenciu duálnej kvality za problém 73 opýtaných a až 85 za dokonca vážny problém. 29 respondentov vyjadrilo svoj neutrálny postoj k tejto otázke. Naopak 8 opýtaných označilo existenciu duálnej kvality za takmer žiadny problém a 5 respondentov sa vyjadrilo, že s jej existenciou nemajú žiadny problém. Nasledujúci graf č. 14 vyjadruje percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín na celkovej vzorke opýtaných, na základe miery považovania existencie duálnej kvality za problém. V rámci nášho grafu pozorujeme, že viac ako tri štvrtiny opýtaných (79% z celkovej vzorky) považuje existenciu duálnej kvality za problém.

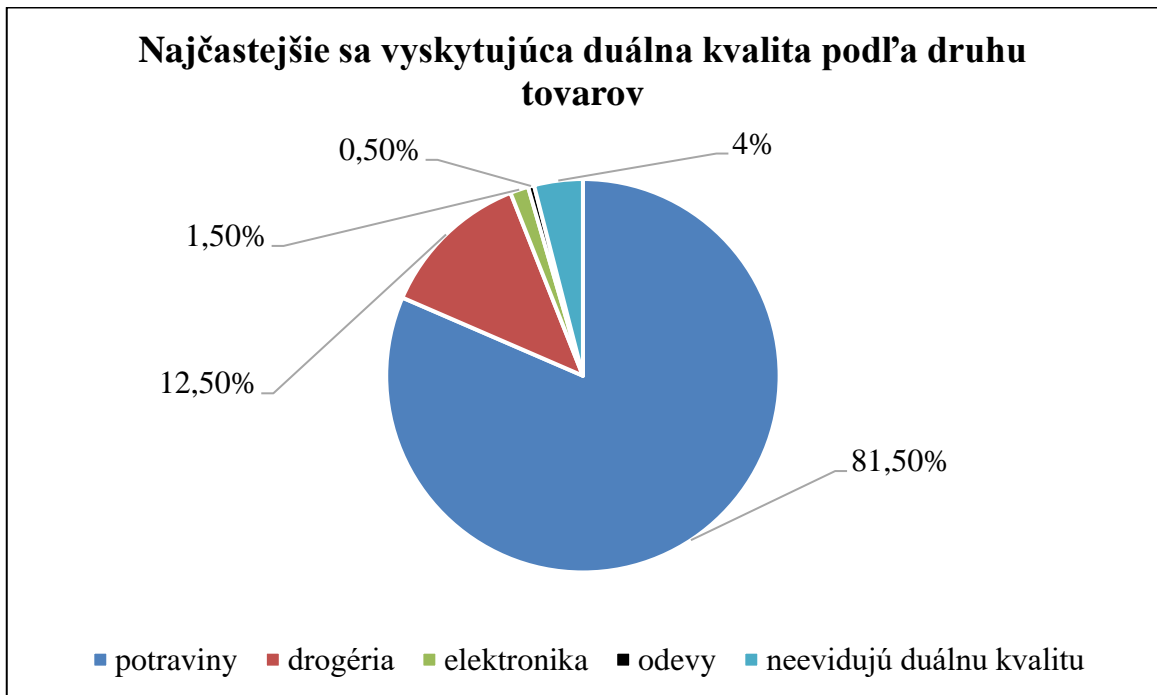
Graf 14. Miera považovania existencie duálnej kvality za problém a percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín



Zdroj: vlastné spracovanie

Okrem toho sme v rámci nášho dotazníka zisťovali, pri ktorých druhoch tovaru evidujú respondenti najviac duálnu kvalitu. 192 respondentov s osobnou skúsenosťou s duálnou kvalitou označilo konkrétny druh tovarov a 8 respondentov, ktorí nemajú osobnú skúsenosť s duálnou kvalitou sa v rámci tejto otázky vyjadrilo, že neevidujú duálnu kvalitu pri žiadnom druhu tovarov. Až 163 opýtaných označilo, že duálnu kvalitu vnímajú najviac pri potravinách. 25 respondentov eviduje duálnu kvalitu najviac pri drogérií. Najmenej respondentov eviduje duálnu kvalitu najviac pri elektronike (3 respondenti) a oblečení (1 respondent). Percentuálne zastúpenie označení jednotlivých druhov tovarov na celkovej vzorke je vyjadrené v grafe č. 15.

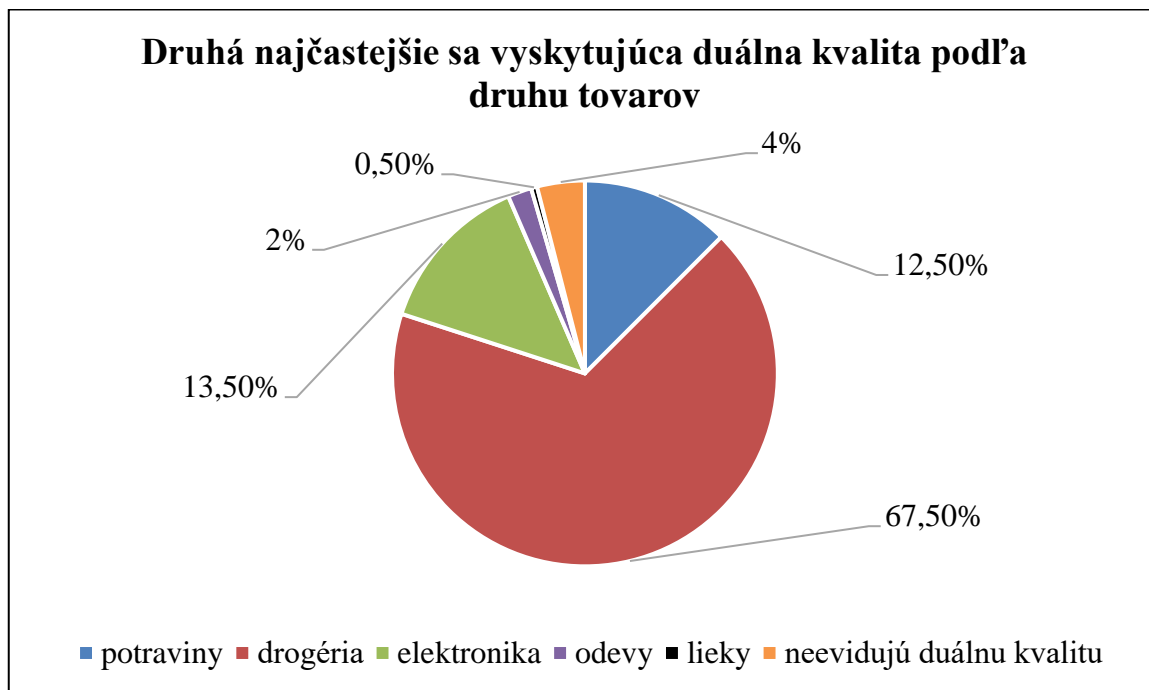
Graf 15. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke najčastejšie sa vyskytujúcej duálnej kvality podľa druhu tovarov



Zdroj: vlastné spracovanie

Zisťovali sme aj pri ktorom druhu tovarov evidujú opýtaní duálnu kvalitu najviac na druhom mieste. 8 respondentov bez osobnej skúsenosti s duálnou kvalitou sa vyjadrilo, že neevidujú duálnu kvalitu. 135 respondentov sa vyjadrilo, že duálnu kvalitu evidujú na druhom mieste najviac pri drogérii, 27 opýtaných označilo elektroniku a 25 ďalších potraviny. Okrem toho 4 respondenti označili odevy a 1 respondent lieky. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke druhej najčastejšie sa vyskytujúcej duálnej kvality podľa druhov tovarov je vyjadrené v grafe č. 16.

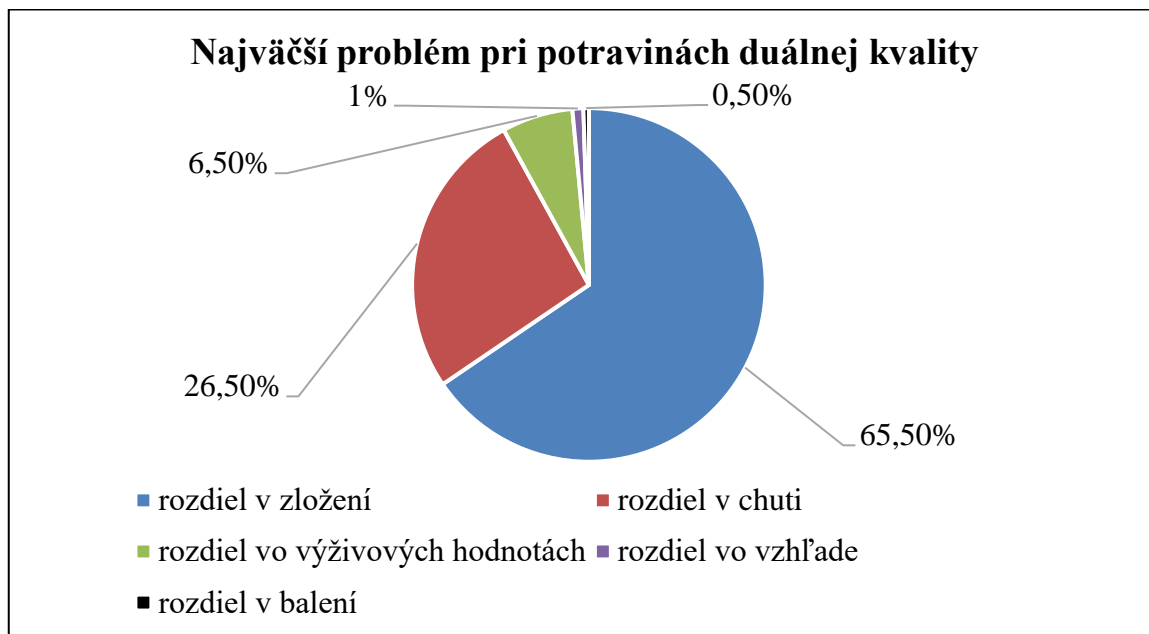
Graf 16. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke druhej najčastejšie sa vyskytujúcej duálnej kvality podľa druhu tovarov



Zdroj: vlastné spracovanie

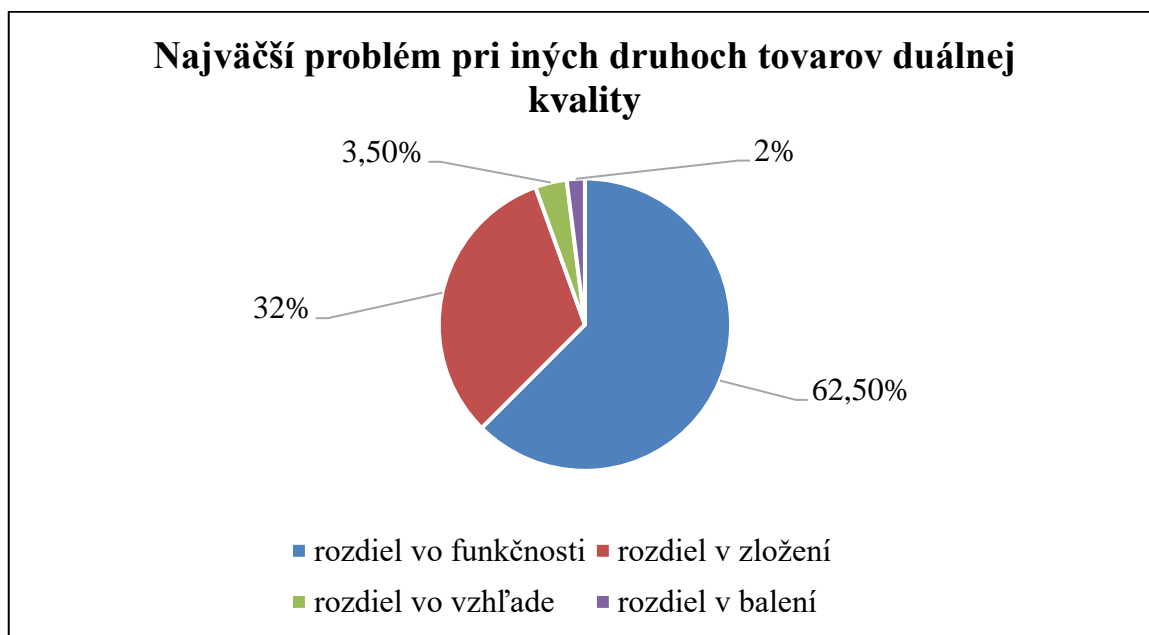
Pýtali sme sa i na to, pri ktorej vlastnosti tovaru by respondenti považovali duálnu kvalitu za najväčší problém pri potravinách aj iných druhoch tovarov. Pri potravinách až 131 respondentov uviedlo, že za najväčší problém by považovali rozdiel v zložení. Na druhom mieste bol rozdiel v chuti, ktorý označilo 53 respondentov. 13 opýtaných sa vyjadrilo, že za najväčší problém by považovali rozdiel vo výživových hodnotách. Najmenej opýtaných by považovalo za najväčší problém pri potravinách rozdiel vo vzhľade tovaru (2 respondenti) a balení tovaru (1 respondent). Presné percentuálne zastúpenie týchto skupín na celkovej vzorke opýtaných je vyjadrené v grafe č. 17. Pri iných druhoch tovarov by najviac opýtaných (125 respondentov) považovalo za najväčší problém rozdiel vo funkčnosti tovaru. 65 respondentov zase označilo, že za najväčší problém pri iných druhoch tovarov by považovalo rozdiel v zložení. Najmenej početné skupiny sú pri rozdieloch vo vzhľade (7 respondentov) a v balení (4 respondenti). Graf č. 18 vyjadruje percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín pri ostatných druhoch tovaru na celkovej vzorke respondentov.

Graf 17. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke najväčšieho problému pri potravinách duálnej kvality



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 18. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke najväčšieho problému pri iných druhoch tovarov duálnej kvality

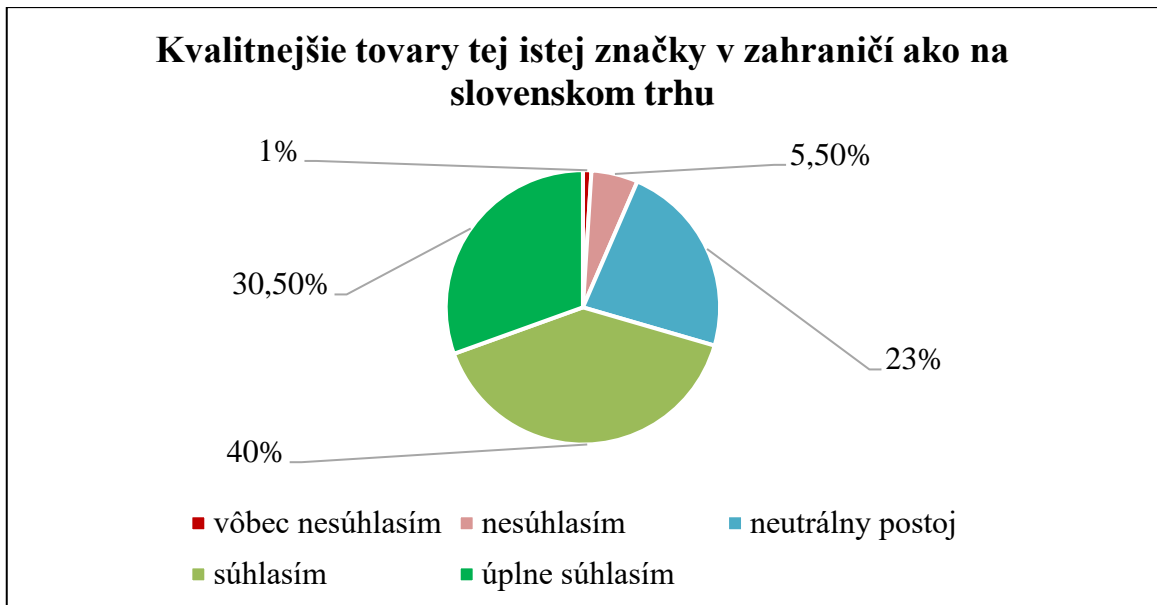


Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci nášho výskumu sme zisťovali, do akej miery súhlasia opýtaní s výrokom: „Považujem za kvalitnejšie tovary predávané v zahraničí ako tie, ktoré sú predávané pod tou istou značkou na našom domácom trhu.“ Najviac respondentov uviedlo, že s týmto výrokom súhlasí (80 respondentov). 61 opýtaných sa vyjadrilo, že s týmto výrokom úplne súhlasí a 46 ďalších vyjadrilo voči tomuto výroku neutrálny postoj. Najmenej

respondentov nesúhlasilo (11 respondentov) či vôbec nesúhlasilo (2 respondenti). Graf č. 19 vyjadruje percentuálne zastúpenie názorov respondentov v otázke lepšej kvality tovarov tej istej značky v zahraničí ako na slovenskom trhu.

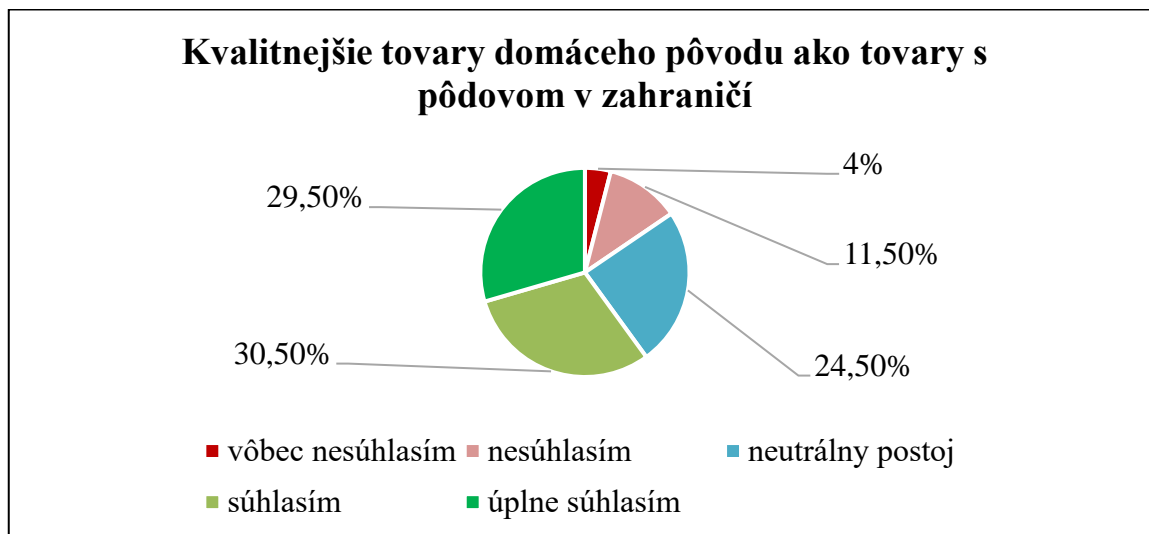
Graf 19. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke lepšej kvality tovarov tej istej značky v zahraničí ako na slovenskom trhu



Zdroj: vlastné spracovanie

Tiež sme sa v rámci nášho výskumu pýtali vybranej vzorky, do akej miery súhlasia s výrokom: „Považujem za kvalitnejšie tovary s domácim pôvodom ako tie, ktoré majú pôvod v zahraničí.“ Najväčší počet opýtaných sa vyjadrilo, že s týmto výrokom súhlasí (61 respondentov). 59 ďalších respondentov úplne súhlasilo s uvedeným výrokom a 49 vyjadrilo neutrálny postoj voči spomenutému výroku. Najmenej početné skupiny sú skupiny opýtaných, ktorí nesúhlasia s výrokom (23 respondentov) a ktorí vôbec nesúhlasia (8 respondentov). V grafe č. 20 je uvedené percentuálne zastúpenie respondentov v otázke lepšej kvality tovarov so slovenským pôvodom ako tovarov s pôvodom v zahraničí. V rámci grafu vidíme, že viac ako polovica respondentov (60% z celkovej vzorky) považuje tovary domáceho pôvodu za kvalitnejšie ako tovary s pôvodom v zahraničí.

Graf 20. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke lepšej kvality tovarov domáceho pôvodu ako tovarov s pôvodom v zahraničí



Zdroj: vlastné spracovanie

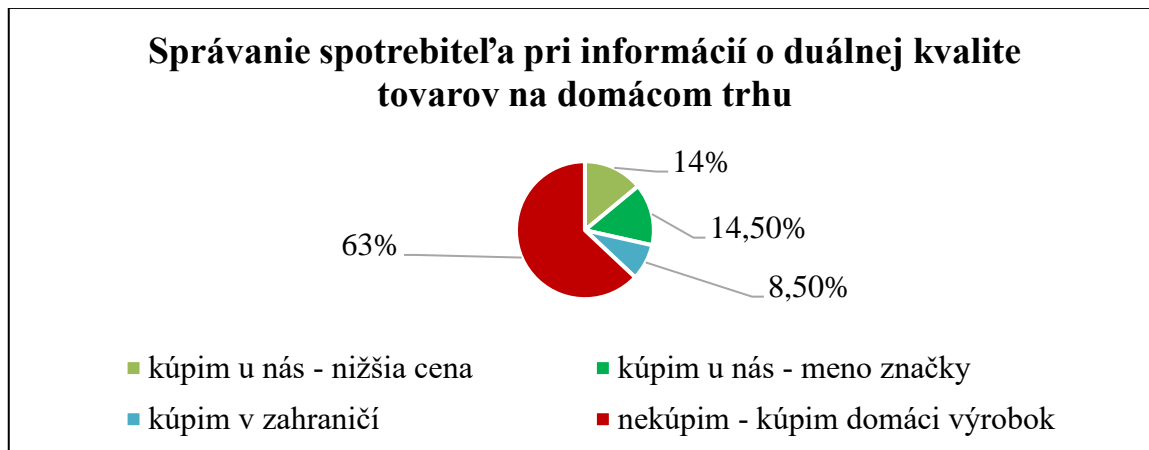
V nasledujúcej otázke nášho dotazníka sme zisťovali, ako konkrétne majú opýtaní respondenti tendenciu sa zachovať ak vedia, že tovar predávaný na našom trhu je menej kvalitný ako tovar predávaný pod rovnakou značkou a v rovnakom balení na zahraničnom trhu. V rámci tejto otázky sme definovali 4 odpovede, z ktorých si každý respondent mohol vybrať iba jednu:

- „Kúpim si ho na našom trhu, pretože má nižšiu cenu ako alternatívny tovar domácej výroby.“
- „Kúpim si ho na našom trhu, pretože preferujem danú značku kvôli jej menu pred alternatívnym tovarom domácej výroby.“
- „Nekúpim si ho, pretože ma odradí jeho nižšia kvalita a radšej zvolím domácu alternatívu.“
- „Kúpim si ho radšej v zahraničí a nekúpim domácu alternatívu.“

Najviac respondentov sa vyjadrilo, že daný tovar duálnej kvality si nekúpi, lebo ich odradí jeho nižšia kvalita a zvolia radšej domácu alternatívu (126 respondentov). 29 respondentov sa vyjadrilo, že daný tovar duálnej kvality si kúpi na našom trhu, pretože preferuje danú značku kvôli jej menu. 28 opýtaných zase uviedlo, že daný tovar duálnej kvality si kúpi na našom trhu, pretože je lacnejší v porovnaní s domácou alternatívou. Najmenej opýtaných (17 respondentov) sa vyjadrilo, že si daný tovar kúpi radšej v zahraničí a nekúpi alternatívny tovar domácej výroby. Presné percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín respondentov v tejto otázke je vyjadrené v grafe č. 21. Na základe

grafu pozorujeme, že viac ako polovica opýtaných má tendenciu obracať sa ku kúpe alternatívnych tovarov domáceho pôvodu.

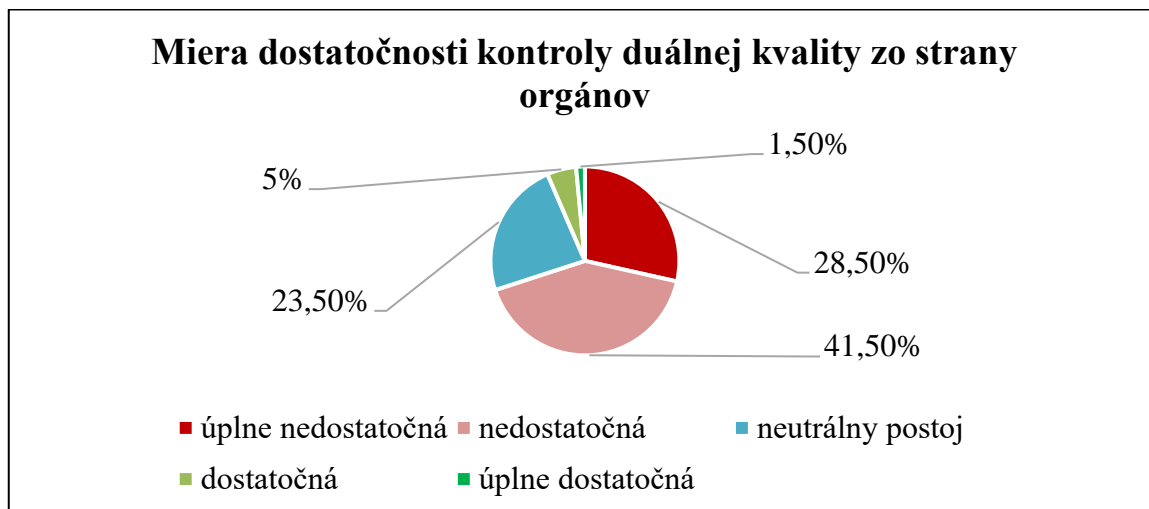
Graf 21. Percentuálne zastúpenie respondentov v tendencií správania sa po informácií od duálnej kvalite tovarov na domácom trhu



Zdroj: vlastné spracovanie

Zisťovali sme aj, do akej miery je podľa respondentov dostatočná kontrola duálnej kvality tovarov zo strany príslušných orgánov. Najväčší počet opýtaných (83 respondentov) považuje túto kontrolu za nedostatočnú. Ďalej 57 respondentov označilo kontrolu zo strany príslušných orgánov za úplne nedostatočnú a 47 respondentov zaujalo neutrálne stanovisko v tejto otázke. Najmenej respondentov sa vyjadrilo, že považuje túto kontrolu za dostatočnú (10 opýtaných) až úplne dostatočnú (3 opýtani). Graf č. 22 vyjadruje percentuálne zastúpenie jednotlivých názorov respondentov na kontrolu duálnej kvality tovarov zo strany príslušných orgánov. V našom grafe vidíme, že takmer tri štvrtiny opýtaných (70% z celkovej vzorky) považuje kontrolu duálnej kvality zo strany príslušných orgánov za nedostatočnú.

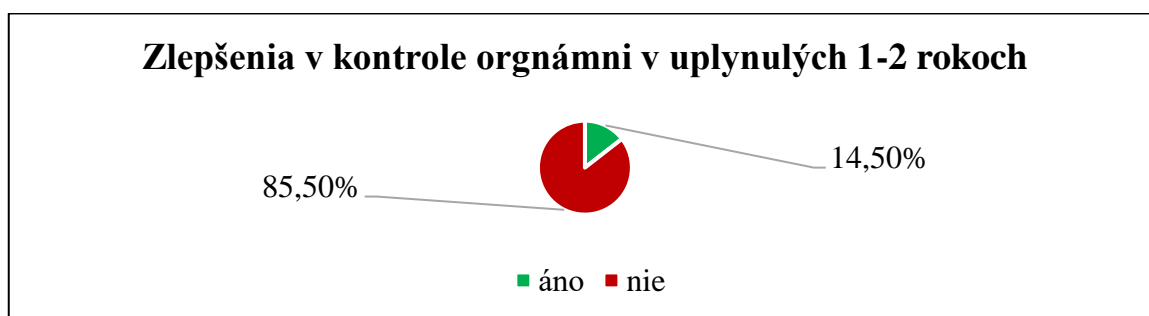
Graf 22. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke dostatočnosti kontroly duálnej kvality zo strany príslušných orgánov



Zdroj: vlastné spracovanie

V nadväznosti na predchádzajúcu otázku sme sa zaujímali aj, či opýtaná vzorka respondentov zaregistrovala za uplynulý rok či dva roky nejaké zlepšenia v kontrole duálnej kvality zo strany príslušných orgánov oproti minulosti. Až 171 opýtaných uviedlo, že nezaznamenali žiadne zlepšenia. Iba 29 opýtaných z celkovej vzorky uviedlo, že tieto zlepšenia zaznamenali. Percentuálne zastúpenie jednotlivých názorov respondentov v tejto otázke je vyjadrené v grafe č. 23. Aj na základe grafu pozorujeme, že viac ako tri štvrtiny respondentov nevníma žiadne zlepšenia v kontrole duálnej kvality príslušnými orgánmi za posledné dva roky.

Graf 23. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke zaznamenania zlepšení v kontrole duálnej kvality príslušnými orgánmi



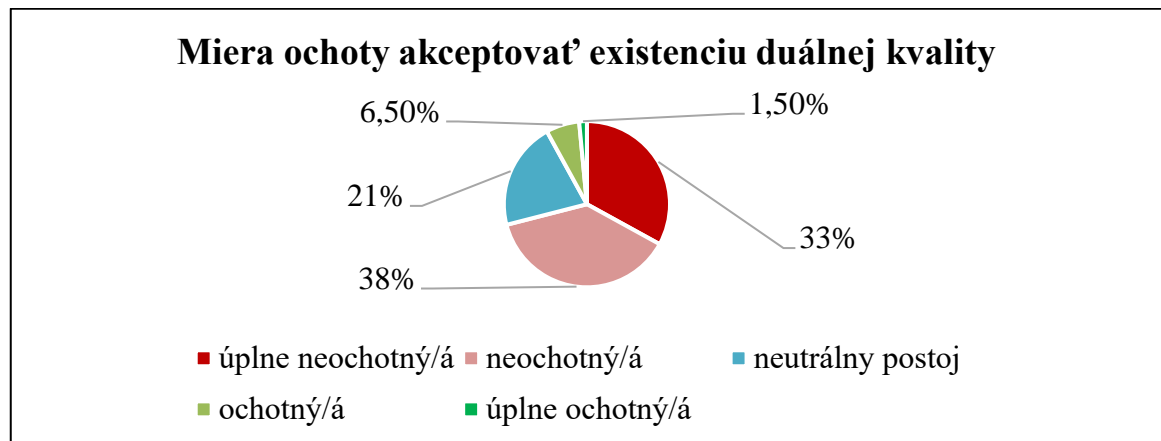
Zdroj: vlastné spracovanie

Tiež nás zaujímalo, čo by podľa jednotlivých respondentov pomohlo vyriešiť problém s duálnou kvalitou tovarov v rámci jednotného trhu EÚ. V rámci tejto otázky, mali respondenti možnosť vybrať viacero odpovedí, či dopísať aj vlastný návrh. Opýtaní najčastejšie označovali ako riešenie zavedenie vyšších sankcií a pokút pre tých, ktorí takýto tovar vyrábajú (130 označení). Okrem toho malo v odpovediach veľké zastúpenie aj

prijatie legislatívnych zmien, ktoré by napr. stanovovali pravidlá o tom, ako má výrobca uvádzať informácie o inej kvalite na obaloch a pod. (114 označení). Vykonávanie častejších kontrol tovarov a ich kvality medzi jednotlivými krajinami EÚ malo celkovo 105 označení. Čo sa týka opatrení navrhnutými samými respondentmi, 2 respondenti uviedli ako účinné opatrenie šírenie osvetu a všeobecného povedomia o dôležitosti kvality potravín a iných tovarov medzi čo najväčší počet spotrebiteľov a ďalší 2 respondenti zase uviedli úplný legislatívny zákaz predaja takýchto výrobkov na úrovni EÚ.

V rámci nášho výskumu sme zisťovali i do akej miery sú respondenti ochotní akceptovať existenciu duálnej kvality. Najviac opýtaných označilo, že sú neochotní (76 respondentov) či úplne neochotní (66 respondentov) akceptovať jej existenciu. Neutrálny postoj v tejto otázke vyjadrilo 42 respondentov. Najmenej opýtaných z celkovej vzorky bolo ochotných (13 respondentov) a úplne ochotných (3 respondenti) akceptovať jej existenciu. Celkové percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín na celej vzorke je uvedené v grafe č. 24. V našom grafe pozorujeme, že takmer trištvrté respondentov (71% z celkovej vzorky) nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality.

Graf 24. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke miery ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality

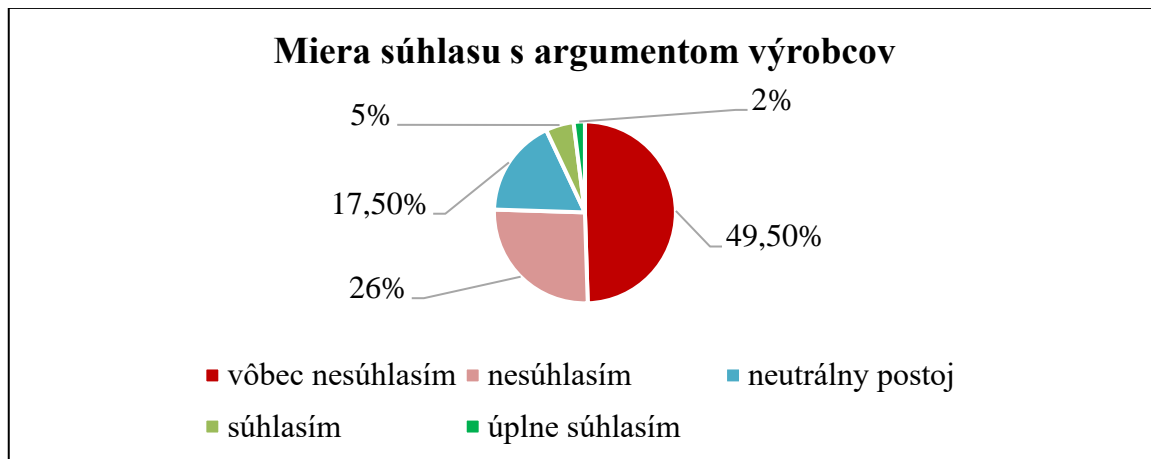


Zdroj: vlastné spracovanie

Poslednou otázkou nášho dotazníka sme zisťovali, do akej miery opýtaní súhlasia s argumentom výrobcov, že: „Duálna kvalita tovarov je hlavne dôsledok rôznych preferencií (napr. chuťových, úžitkových atď.) jednotlivých trhov.“ Až 99 respondentov sa vyjadrilo, že s týmto výrokom vôbec nesúhlasí a 52 respondentov uviedlo, že s týmto výrokom nesúhlasí. Neutrálny postoj v rámci tejto otázky vyjadrilo 35 opýtaných. S argumentom výrobcov súhlasí len 10 respondentov a úplne súhlasia iba 4 respondenti. Celkové percentuálne zastúpenie jednotlivých skupín respondentov na opýtanej vzorke je

uvedené v grafe č. 25. Na základe grafu pozorujeme, že trištvrte opýtaných (75,5% z celkovej vzorky) nesúhlasí s argumentom výrobcov.

Graf 25. Percentuálne zastúpenie respondentov v otázke miery súhlasu s argumentom výrobcov



Zdroj: vlastné spracovanie

3.3 Overenie stanovených hypotéz

V rámci tejto kapitoly overíme, či nami stanovené hypotézy v kapitole 2 môžeme prijať alebo nie. Výsledky sú vyhodnotené na základe odpovedí respondentov v rámci dotazníkového prieskumu.

3.3.1 Overenie H.1

Hypotéza znie: „Predpokladáme, že väčšina respondentov, ktorí považujú tovary rovnakej značky predávané v zahraničí za kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality.“ Na jej overenie sme si za pomoci programu Excel vytvorili kontingenčnú tabuľku, pozostávajúcu z výsledkov dotazníkového prieskumu. V tabuľke č. 6 sme zobrazili presný počet respondentov považujúcich tovary rovnakej značky predávané v zahraničí za kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu podľa ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality.

Tabuľka 6. Kontingenčná tabuľka – Respondenti považujúci za kvalitnejšie tovary tej istej značky predávané v zahraničí podľa ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality

OCHOTA AKCEPTOVAŤ	KVALITNEJŠIE V ZAHRANIČÍ		Celkový súčet
	Súhlasím	Úplne súhlasím	
Úplne neochotný/á	22	36	58
Neochotný/á	39	18	57
Neutrálny postoj	16	6	22
Ochotný/á	2	1	3
Úplne ochotný/á	1	0	1
Celkový súčet	80	61	141

Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci overovania nami stanovenej hypotézy, radíme do skupiny respondentov, ktorí považujú tovary rovnakej značky predávané v zahraničí za kvalitnejšie, tých opýtaných, ktorí v rámci svojich odpovedí v dotazníku uviedli, že súhlasia (80 respondentov) či úplne súhlasia (61 respondentov) s výrokom: „Považujem za kvalitnejšie tovary predávané v zahraničí ako tie, ktoré sú predávané pod tou istou značkou na našom domácom trhu.“ Celková vybraná skupina tak pozostáva zo 141 respondentov. Z tejto skupiny sa 58 opýtaných vyjadrilo, že sú úplne neochotní a 57 ďalších, že sú neochotní akceptovať existenciu duálnej kvality. Pre potreby overenia hypotézy sme počet týchto respondentov sčítali, a teda celkový počet respondentov neochotných akceptovať existenciu duálnej kvality je 115, čo predstavuje 81,56 % zo 141 respondentov. Neutrálny postoj v rámci tejto skupiny vyjadrilo 22 opýtaných. Ochotní akceptovať existenciu duálnej kvality sú len 4 respondenti z tejto skupiny.

Na základe vyššie uvedených výsledkov tak môžeme prijať H.1 a môžeme tvrdiť, že **ak spotrebiteľia považujú tovary rovnakej značky za kvalitnejšie v zahraničí ako na domácom trhu, nebudú ochotní akceptovať existenciu duálnej kvality.**

3.3.2 Overenie H.2

Hypotéza znie: „Predpokladáme, že väčšina respondentov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality.“

Pre zjednodušenie jej overovania sme opäť vytvorili kontingenčnú tabuľku v programe Excel, ktorá pozostávala z odpovedí respondentov v rámci nášho dotazníku. Tabuľka č. 7 zobrazuje presný počet respondentov podľa osobnej skúsenosti s tovarmi duálnej kvality a ochoty akceptovať jej existenciu.

Tabuľka 7. Kontingenčná tabuľka – Respondenti s osobnou skúsenosťou s tovarmi duálnej kvality podľa ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality

OCHOTA AKCEPTOVAŤ	OSOBNÁ SKÚSENOŠŤ - ÁNO
Úplne neochotný/á	66
Neochotný/á	74
Neutrálny postoj	40
Ochotný/á	10
Úplne neochotný/á	2
Celkový súčet	192

Zdroj: vlastné spracovanie

Pre potreby overenia hypotézy bude skupina respondentov neochotných akceptovať existenciu duálnej kvality tvorená tými opýtanými, ktorí označili v rámci svojich dotazníkových odpovedí, že sú neochotní (74 respondentov) či úplne neochotní (66 respondentov) akceptovať jej existenciu. Na vzorke respondentov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality (192 opýtaných), vyznačilo až 140 respondentov, že nie sú ochotní akceptovať duálnu kvalitu. To predstavuje až 72,92 % z celkového počtu tejto vybranej skupiny.

V nadväznosti na výsledky, ktoré sme zistili v rámci overovania tejto hypotézy môžeme H.2 prijať, a teda platí, že **ak majú spotrebitelia osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, nie sú ochotní akceptovať ani samotnú existenciu duálnej kvality.** Je tak pravdepodobné, že ich vlastná skúsenosť s kvalitou takýchto tovarov bola negatívna.

3.3.3 Overenie H.3

Hypotéza znie: „Predpokladáme, že väčšina respondentov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, nesúhlasí s argumentom výrobcov, že: „Duálna kvalita je len výsledok preferencií jednotlivých trhov.“ Pre jej overenie sme v rámci programu Excel vytvorili kontingenčnú tabuľku, pozostávajúcu z odpovedí respondentov

v rámci dotazníkového prieskumu. Tabuľka č. 8 zobrazuje presný počet respondentov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality podľa ich ochoty akceptovať argument výrobcov.

Tabuľka 8. Kontingenčná tabuľka – Respondenti s osobnou skúsenosťou s tovarmi duálnej kvality podľa miery súhlasu s argumentom výrobcov

MIERA SÚHLASU S ARGUMENTOM VÝROBCOV	OSOBNÁ SKÚSENOŠŤ - ÁNO
Vôbec nesúhlasí	97
Nesúhlasí	50
Neutrálny postoj	34
Súhlasí	8
Úplne súhlasí	3
Celkový súčet	192

Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci overovania nami stanovenej hypotézy považujeme za respondentov, ktorí nesúhlasia s argumentov výrobcov, tých opýtaných, ktorí v rámci svojej odpovedi uviedli, že s týmto argumentom nesúhlasia (50 respondentov) a vôbec nesúhlasia (97 respondentov). Na vybranej vzorke tých, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality (192 respondentov), označilo, že nesúhlasí s argumentom výrobcov, až 147 opýtaných, čo predstavuje 76,56 % z celkovej vybranej skupiny.

V súvislosti so získanými výsledkami v rámci tohto pozorovania môžeme povedať, že H.3 prijímame, a tak platí, že **respondenti s osobnou skúsenosťou nebudú ochotní súhlasiť s argumentom výrobcov**, podľa ktorého: „Duálna kvalita je len výsledok preferencií jednotlivých trhov.“ Je tak pravdepodobné, že ich vlastná skúsenosť s kvalitou takýchto tovarov bola negatívna.

3.3.4 Hypotéza H.4

Hypotéza znie: „*Predpokladáme, že väčšina respondentov, ktorí už počuli o téme duálnej kvality, považuje kontrolu zo strany príslušných orgánov za nedostatočnú.*“ Túto hypotézu sme overovali prostredníctvom kontingenčnej tabuľky v programe Excel.

Tabuľka č. 9 zobrazuje počet respondentov, ktorí už počuli o téme duálnej kvality, podľa ich vnímania dostatočnosti kontroly duálnej kvality zo strany príslušných orgánov.

Tabuľka 9. Kontingenčná tabuľka – Respondenti, ktorí už počuli o téme duálnej kvality, podľa vnímania dostatočnosti jej kontroly zo strany príslušných orgánov

MIERA DOSTATOČNOSTI KONTROLY	POČULI O TÉME - ÁNO
Úplne nedostatočná	55
Nedostatočná	80
Neutrálny postoj	37
Dostatočná	9
Úplne dostatočná	3
Celkový súčet	184

Zdroj: vlastné spracovanie

Pre potreby overovania tejto hypotézy považujeme za respondentov, ktorí považujú kontrolu zo strany príslušných orgánov za nedostatočnú, tých opýtaných, ktorí vo svojej dotazníkovej odpovedi na túto otázku uviedli, že ju považujú za nedostatočnú (80 respondentov) a úplne nedostatočnú (55 respondentov). V rámci celkovej skupiny 184 respondentov, ktorí už počuli o téme duálnej kvality, považuje kontrolu za nedostatočnú 135 opýtaných, čo predstavuje 73,37 % z celkovej vybranej skupiny.

Na základe uvedených skutočností a získaných výsledkov môžeme prijať H.4. Teda platí, že **väčšina respondentov, ktorá už počula o téme duálnej kvality považuje kontrolu duálnej kvality zo strany príslušných orgánov za nedostatočnú.**

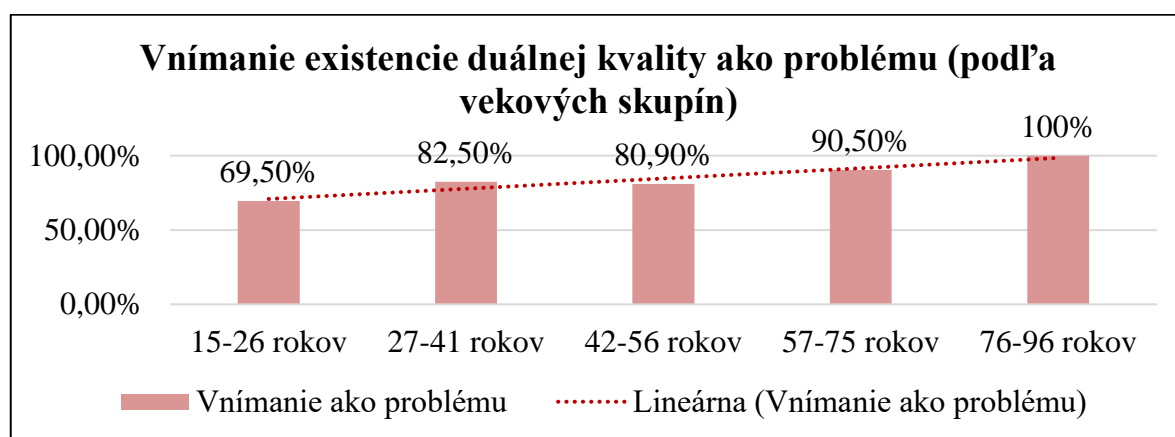
3.3.5 Hypotéza H.5

Hypotéza znie: „*Predpokladáme, že v každej vekovej skupine väčšina respondentov súhlasí s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, zároveň vníma existenciu tovarov duálnej kvality ako problém, a tiež nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, a teda neexistuje rozdiel vo vnímaní duálnej kvality medzi jednotlivými generáciami.*“ V rámci overovania tejto hypotézy sme sa znovu rozhodli použiť kontingenčnú tabuľku v programe Excel, ktorá pozostávala z odpovedí respondentov.

Pri otázke, **do akej miery považujú respondenti existenciu duálnej kvality za problém**, vidíme so stúpajúcim vekom rastúci percentuálny podiel, ktorí považujú existenciu duálnej kvality za problém alebo dokonca vážny problém. Graf č. 26 zobrazuje percentuálne zastúpenie respondentov považujúcich existenciu duálnej kvality za problém v rámci konkrétnej vekovej skupiny. Dôležité je však poznamenať, že pri všetkých generáciách vníma existenciu duálnej kvality za problém značná väčšina respondentov, čo znamená, že sa v tejto otázke **žiadna z vekových skupín neodlišuje vo vnímaní duálnej kvality**.

- 15-26 rokov (Generácia Z) – 69,5 % považuje za problém (48 respondentov z 69)
- 27-41 rokov (Generácia Y) – 82,5 % považuje za problém (52 respondentov z 63)
- 42-56 rokov (Generácia X) – 80,9 % považuje za problém (34 respondentov zo 42)
- 57-75 rokov (Povojnová generácia) – 90,5 % považuje za problém (19 respondentov z 21)
- 76-96 rokov (Tichá generácia) – 100 % považuje za problém (5 respondentov z 5)

Graf 26. Vnímanie existencie duálnej kvality ako problému (podľa vekových skupín)



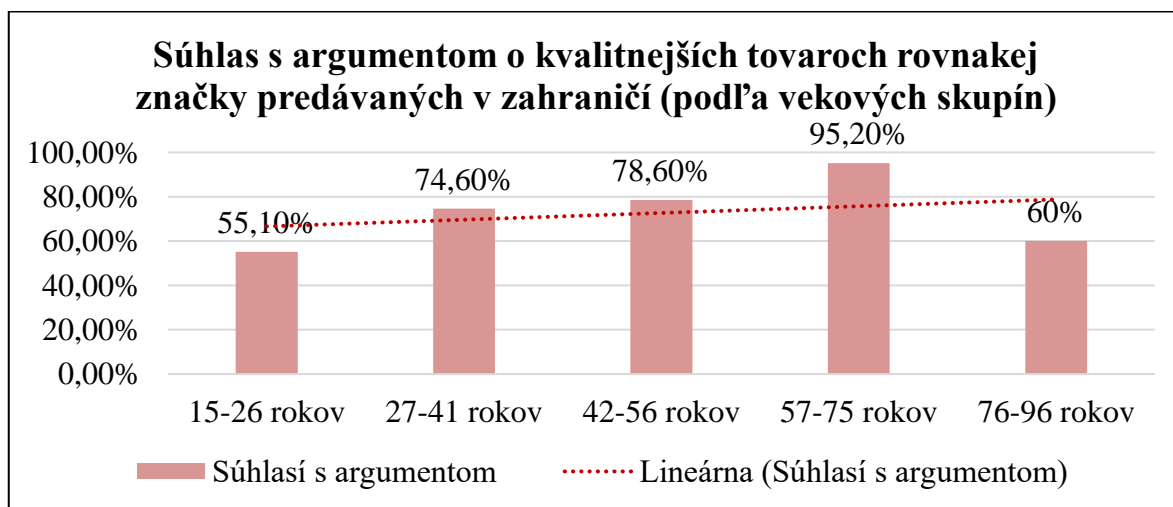
Zdroj: vlastné spracovanie

Čo sa týka otázky, **do akej miery respondenti súhlasia s výrokom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu**, pozorujeme, že so stúpajúcim vekom rastie percentuálny podiel tých, ktorí súhlasia s týmto výrokom. Výnimkou je podľa našich zistení tichá generácia, avšak tu je potrebné brať do úvahy nízky počet respondentov v tejto vekovej kategórii, čo môže

výsledky skresľovať. Graf č. 27 zobrazuje percentuálne zastúpenie respondentov, ktorí súhlasia s uvedeným výrokom, v rámci konkrétnej vekovej skupiny. Pri všetkých generáciách súhlasí s výrokom väčšina respondentov, čo znamená, že sa v tejto otázke **žiadna z vekových skupín neodlišuje vo vnímaní duálnej kvality.**

- 15-26 rokov (Generácia Z) – 55,1 % súhlasí s výrokom (38 respondentov z 69)
- 27-41 rokov (Generácia Y) – 74,6 % súhlasí s výrokom (47 respondentov z 63)
- 42-56 rokov (Generácia X) – 78,6 % súhlasí s výrokom (33 respondentov zo 42)
- 57-75 rokov (Povojnová generácia) – 95,2 % súhlasí s výrokom (20 respondentov z 21)
- 76-96 rokov (Tichá generácia) – 60 % súhlasí s výrokom (3 respondenti z 5)

Graf 27. Súhlas s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu (podľa vekových skupín)

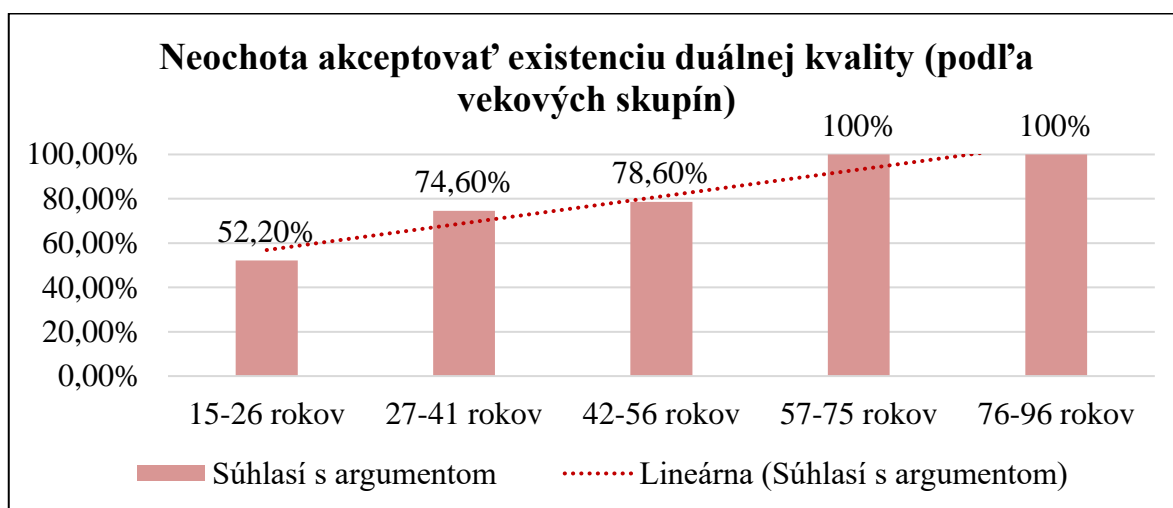


Zdroj: vlastné spracovanie

V otázke, týkajúcej sa **miery ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality**, vidíme, že so stúpajúcim vekom rastie percentuálny podiel tých, ktorí nie sú ochotní akceptovať existenciu duálnej kvality. Graf č. 28 zobrazuje percentuálne zastúpenie respondentov neochotných akceptovať existenciu duálnej kvality v rámci konkrétnej vekovej skupiny. Pozorujeme, že pri všetkých generáciách je väčšina respondentov neochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, čo znamená, že sa v tejto otázke **žiadna z vekových skupín neodlišuje vo vnímaní duálnej kvality.**

- 15-26 rokov (Generácia Z) – 52,2 % neochotných akceptovať (36 respondentov z 69)
- 27-41 rokov (Generácia Y) – 74,6 % neochotných akceptovať (47 respondentov z 63)
- 42-56 rokov (Generácia X) – 78,6 % neochotných akceptovať (33 respondentov zo 42)
- 57-75 rokov (Povojnová generácia) – 100 % neochotných akceptovať (21 respondentov z 21)
- 76-96 rokov (Tichá generácia) – 100 % neochotných akceptovať (5 respondenti z 5)

Graf 28. Neochota akceptovať existenciu duálnej kvality (podľa vekových skupín)



Zdroj: vlastné spracovanie

Na základe získaných výsledkov môžeme H.5 prijať, a preto **veková rozdielnosť nemá vplyv na vnímanie duálnej kvality spotrebiteľmi a v rámci každej vekovej kategórie bude väčšina vnímať duálnu kvalitu rovnako**. Na základe jednotlivých grafov však môžeme pozorovať, že s rastúcim vekom rastie podiel tých, ktorí vnímajú duálnu kvalitu ako problém, a tiež tých, ktorí nie sú ochotní akceptovať existenciu duálnej kvality. S rastúcim vekom rastie aj podiel tých, ktorí súhlasia, že zahraničné tovary sú kvalitnejšie, avšak s výnimkou najstaršej vekovej kategórie, kde nastal mierny percentuálny pokles (graf č. 27). To však môže byť spôsobené nízkym počtom respondentov tejto vekovej skupiny, ktorí participovali na tomto výskume.

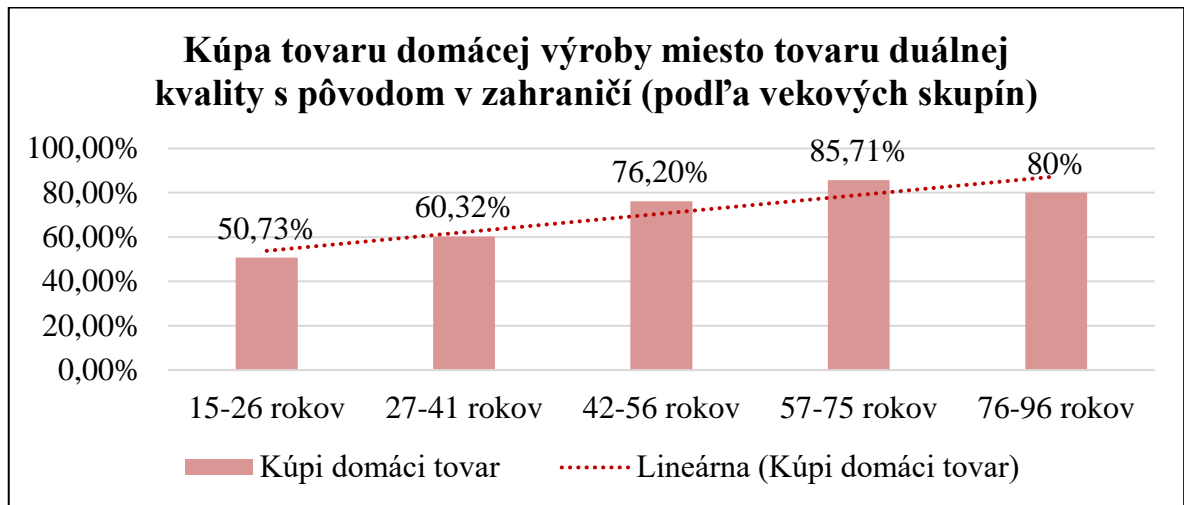
3.3.6 Overenie H.6

Hypotéza znie: „Predpokladáme, že neexistuje rozdiel v správaní spotrebiteľov jednotlivých generácií, ak vedia o duálnej kvalite daného tovaru, a väčšina respondentov jednotlivých vekových skupín sa medzi sebou zhodne v spotrebiteľskom správaní v dôsledku duálnej kvality.“ Pre zjednodušenie jej overovania sme použili kontingenčnú tabuľku v rámci programu Excel, ktorá bola zostavená z odpovedí respondentov.

Pri otázke, **ako sa respondent zachová, ak vie, že tovar predávaný na našom trhu je menej kvalitný, ako tovar predávaný pod rovnakou značkou a v rovnakom balení v zahraničí**, pozorujeme, že najväčší počet opýtaných každej vekovej skupiny odpovedalo, že tovar zahraničného pôvodu nekúpi a uprednostní radšej kúpu alternatívneho produktu domáceho pôvodu. So stúpajúcim vekom pozorujeme rastúci percentuálny podiel respondentov preferujúcich kúpu domáceho tovaru pred zahraničným tovarom duálnej kvality. Graf č. 29 zobrazuje percentuálne zastúpenie respondentov jednotlivých vekových skupín v otázke preferencie kúpy produktu domáceho pôvodu pred zahraničným tovarom duálnej kvality.

- 15-26 rokov (Generácia Z) – 50,73 % kúpi domáci tovar (35 respondentov z 69)
- 27-41 rokov (Generácia Y) – 60,32 % kúpi domáci tovar (38 respondentov z 63)
- 42-56 rokov (Generácia X) – 76,20 % kúpi domáci tovar (32 respondentov zo 42)
- 57-75 rokov (Povojnová generácia) – 85,71 % kúpi domáci tovar (18 respondentov z 21)
- 76-96 rokov (Tichá generácia) – 80 % kúpi domáci tovar (4 respondenti z 5)

Graf 29. Preferencia kúpy produktu domáceho pôvodu pred tovarom duálnej kvality so zahraničným pôvodom (podľa vekových skupín)



Zdroj: vlastné spracovanie

Na základe zistených výsledkov môžeme prijať H.6, a preto **veková rozdielnosť nemá vplyv na spotrebiteľské správanie respondentov a pri každej generácii viac ako polovica respondentov uprednostní kúpu domácich tovarov** pred tovarmi duálnej kvality s pôvodom v zahraničí.

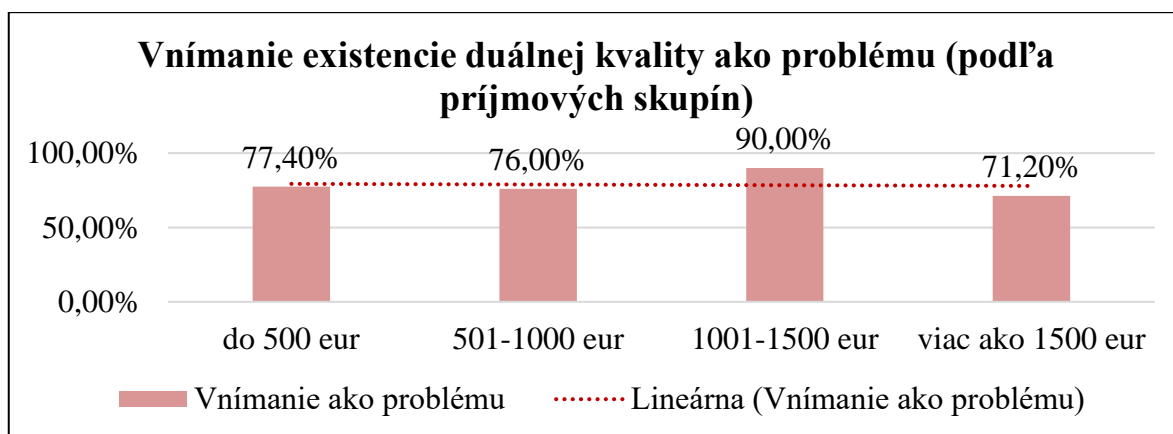
3.3.7 Overenie H.7

Hypotéza znie: „Predpokladáme, že v každej príjmovej skupine väčšina respondentov súhlasí s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, zároveň vníma existenciu tovarov duálnej kvality ako problém, a tiež nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, a teda neexistuje rozdiel vo vnímaní duálnej kvality medzi jednotlivými príjmovými skupinami spotrebiteľov.“ Na jej overenie sme využili kontingenčnú tabuľku pozostávajúcu z odpovedí respondentov a vytvorenú prostredníctvom programu Excel.

Pri otázke, **do akej miery považujú respondenti existenciu duálnej kvality za problém**, pozorujeme medzi jednotlivými príjmovými skupinami vyrovnaný percentuálny podiel pri ľuďoch, ktorí považujú existenciu duálnej kvality za problém či dokonca vážny problém. Graf č. 30 zobrazuje percentuálne zastúpenie respondentov považujúcich existenciu duálnej kvality za problém podľa jednotlivých príjmových skupín. Pri všetkých príjmových skupinách vníma existenciu duálnej kvality za problém značná väčšina respondentov, čo znamená, že sa v tejto otázke **žiadna z príjmových skupín neodlišuje vo vnímaní duálnej kvality**.

- Do 500 eur – 77,4 % považuje za problém (24 respondentov z 31)
- 501-1000 eur – 76 % považuje za problém (38 respondentov z 50)
- 1001-1500 eur – 90 % považuje za problém (54 respondentov z 60)
- Viac ako 1500 eur – 71,2 % považuje za problém (42 respondentov z 59)

Graf 30. Vnímanie existencie duálnej kvality ako problému (podľa príjmových skupín)

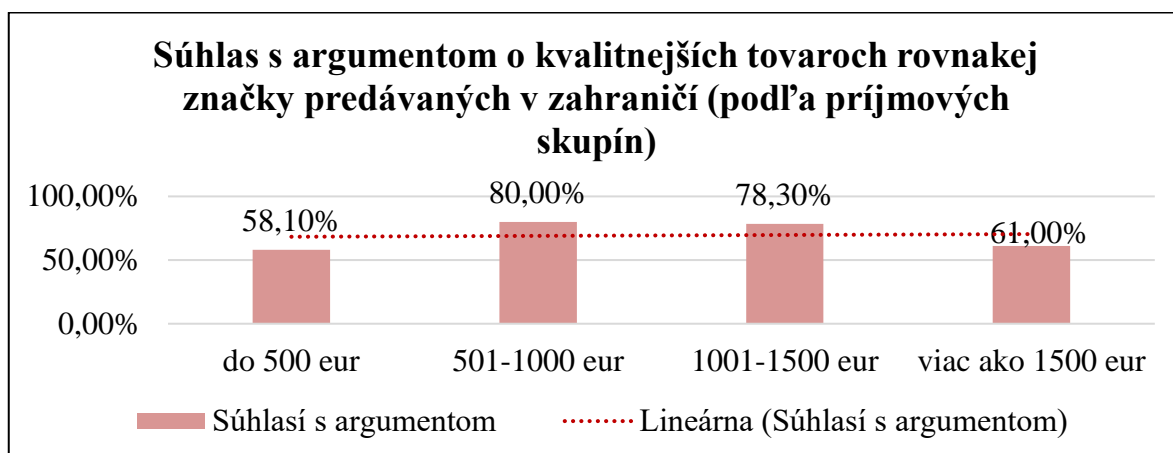


Zdroj: vlastné spracovanie

V otázke týkajúcej sa **miery súhlasu respondentov s výrokom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu**, pozorujeme medzi jednotlivými príjmovými skupinami vyrovnaný percentuálny podiel u tých, ktorí súhlasia s týmto výrokom. Graf č. 31 zobrazuje percentuálne zastúpenie respondentov, ktorí súhlasia s uvedeným výrokom, v rámci konkrétnej príjmovej skupiny. Pri všetkých príjmových skupinách súhlasí s výrokom väčšina respondentov, čo znamená, že sa v tejto otázke **žiadna z príjmových skupín neodlišuje vo vnímaní duálnej kvality**.

- Do 500 eur – 58,1 % súhlasí s argumentom (18 respondentov z 31)
- 501-1000 eur – 80 % súhlasí s argumentom (40 respondentov z 50)
- 1001-1500 eur – 78,3 % súhlasí s argumentom (47 respondentov z 60)
- Viac ako 1500 eur – 61 % súhlasí s argumentom (36 respondentov z 59)

Graf 31. Súhlas s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu (podľa príjmových skupín)

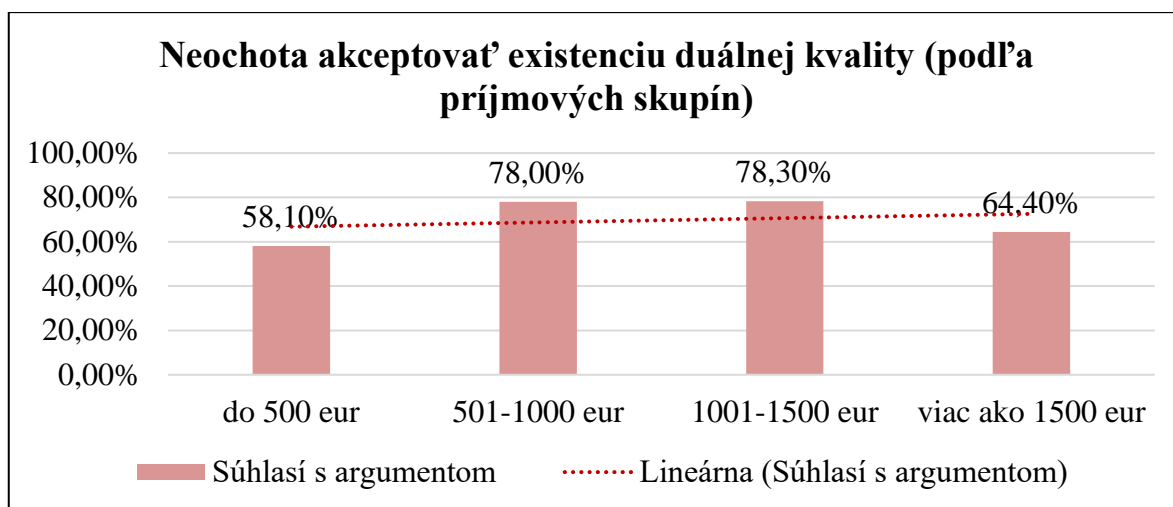


Zdroj: vlastné spracovanie

Čo sa týka otázky, týkajúcej sa **miery ochoty akceptovať existenciu duálnej kvality**, vidíme medzi jednotlivými príjmovými skupinami pomerne vyrovnaný, ale mierne rastúci percentuálny podiel u tých, ktorí nie sú ochotní akceptovať existenciu duálnej kvality. Graf č. 32 zobrazuje percentuálne zastúpenie respondentov považujúcich existenciu duálnej kvality za problém v rámci konkrétnej príjmovej skupiny. Pozorujeme, že pri všetkých príjmových skupinách je väčšina respondentov neochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, čo znamená, že sa v tejto otázke **žiadna z príjmových skupín neodlišuje vo vnímaní duálnej kvality**.

- Do 500 eur – 58,1 % neochotných akceptovať (18 respondentov z 31)
- 501-1000 eur – 78 % neochotných akceptovať (39 respondentov z 50)
- 1001-1500 eur – 78,3 % neochotných akceptovať (47 respondentov z 60)
- Viac ako 1500 eur – 64,4 % neochotných akceptovať (38 respondentov z 59)

Graf 32. Neochota akceptovať existenciu duálnej kvality (podľa príjmových skupín)



Zdroj: vlastné spracovanie

Na základe získaných výsledkov môžeme H.7 prijať, a preto **rozdiel v príjme nemá vplyv na vnímanie duálnej kvality spotrebiteľmi, a tak v rámci každej príjmovej kategórie bude väčšina vnímať duálnu kvalitu rovnako**. S rastúcim príjmom rastie neochota akceptovať existenciu duálnej kvality, ale už sa nepreukázala táto závislosť vo vzťahu k vnímaniu duálnej kvality ako problému a k súhlasu s tým, že v zahraničí sú tovary kvalitnejšie.

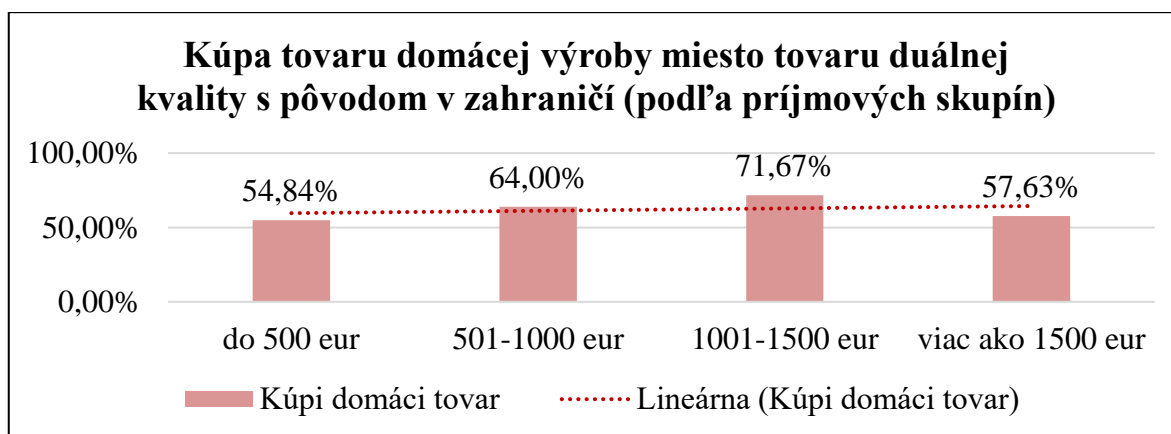
3.3.8 Overenie H.8

Hypotéza znie: „Predpokladáme, že neexistuje rozdiel v správaní spotrebiteľov jednotlivých príjmových skupín, ak vedia o duálnej kvalite daného tovaru, a väčšina respondentov jednotlivých príjmových skupín sa medzi sebou zhodne v spotrebiteľskom správaní v dôsledku duálnej kvality.“ Pre zjednodušenie jej overovania sme použili kontingenčnú tabuľku v rámci programu Excel, ktorá bola zostavená z odpovedí respondentov.

Pri otázke, **ako sa respondent zachová, ak vie, že tovar predávaný na našom trhu je menej kvalitný, ako tovar predávaný pod rovnakou značkou a v rovnakom balení v zahraničí**, pozorujeme, že najväčší počet opýtaných každej príjmovej skupiny odpovedalo, že zahraničný tovar nekúpi a radšej dajú prednosť kúpe alternatívneho domáceho produktu s pôvodom na Slovensku. So stúpajúcou príjmovou úrovňou pozorujeme veľmi mierne rastúci lineárny percentuálny podiel. Graf č. 33 zobrazuje percentuálne zastúpenie respondentov, ktorí sa budú odvracať ku kúpe domácich produktov, v rámci jednotlivých príjmových skupín.

- Do 500 eur – 54,84 % kúpi domáci tovar (17 respondentov z 31)
- 501-1000 eur – 64 % kúpi domáci tovar (32 respondentov z 50)
- 1001-1500 eur – 71,67 % kúpi domáci tovar (43 respondentov z 60)
- Viac ako 1500 eur – 57,63 % kúpi domáci tovar (34 respondentov z 59)

Graf 33. Preferencia kúpy produktu domáceho pôvodu pred tovarom duálnej kvality so zahraničným pôvodom (podľa príjmových skupín)



Zdroj: vlastné spracovanie

Na základe zistených výsledkov môžeme prijať H.8, a preto **rozdiel v príjme nemá vplyv na spotrebiteľské správanie respondentov** a pri každej príjmovej skupine viac ako polovica respondentov uprednostní kúpu domácich tovarov pred tovarmi duálnej kvality s pôvodom v zahraničí. Nepreukázalo sa, že s rastúcim príjmom rastie percento tých, ktorí uprednostnia kúpu domáceho tovaru.

3.3.9 Overenie H.9

Hypotéza znie: „Predpokladáme, že väčšina respondentov, považujúcich duálnu kvalitu za problém, vníma ako najčastejšie sa vyskytujúcu a najviac problematickú duálnu kvalitu pri potravinách.“ Na účely overovania tejto hypotézy sme vytvorili z odpovedí respondentov kontingenčnú tabuľku v programe Excel. Tabuľka č. 10 zobrazuje presný počet respondentov považujúcich duálnu kvalitu za problém pri jednotlivých druhoch tovarov, pri ktorých vnímajú, že sa duálna kvalita vyskytuje najčastejšie.

Tabuľka 10. Kontingenčná tabuľka – Respondenti vnímajúci duálnu kvalitu ako problém a druhy tovarov s najčastejším výskytom duálnej kvality

DRUH TOVAROV	DUALNÁ KVALITA PROBLÉM - ÁNO
potraviny	137
drogéria	15
elektronika	5
oblečenie	1
Celkový súčet	158

Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci kontingenčnej tabuľky sme vyfiltrovali respondentov, ktorí majú problém s existenciou tovarov duálnej kvality (158 respondentov). Z vybranej skupiny respondentov sa vyjadrilo až 137 opýtaných, že najčastejšie evidujú duálnu kvalitu pri potravinách (predstavujúc 86,71 % zo 158 respondentov). Pri drogérii ju v rámci vybranej skupiny eviduje len 15 respondentov, pri elektronike 5 opýtaní a pri oblečení iba 1 respondent.

Vzhľadom na to, že 137 opýtaných uviedlo potraviny ako tovary, pri ktorých sa najčastejšie vyskytuje duálna kvalita, H.9 prijímame, a teda **väčšina respondentov, ktorí majú problém s existenciou duálnej kvality, vníma ako najčastejšie sa vyskytujúcu a najviac problematickú duálnu kvalitu pri potravinách.**

3.3.10 Overenie H.10

Hypotéza znie: „Predpokladáme, že väčšina respondentov, považujúcich duálnu kvalitu za problém, uprednostní kúpu alternatívneho tovaru domácej výroby pred kúpou zahraničného tovaru duálnej kvality.“ Na jej overenie sme si v rámci programu Excel vytvorili kontingenčnú tabuľku z odpovedí respondentov. Tabuľka č. 11 vyjadruje presný počet jednotlivých respondentov podľa správania sa pri informácií o duálnej kvalite a vnímania duálnej kvality ako problému.

Tabuľka 11. Kontingenčná tabuľka – Respondenti vnímajúci duálnu kvalitu ako problém a ich správanie pri informácií o duálnej kvalite tovaru

SPRÁVANIE	VNÍMANIE PROBLÉMU		Celkový súčet
	Problém	Vážny problém	
Kúpi u nás – cena	13	5	18
Kúpi u nás – značka	8	8	16
Kúpi v zahraničí	4	11	15
Nekúpi – kúpi domáci výrobok	48	61	109
Celkový súčet	73	85	158

Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci overovania našej hypotézy, radíme do skupiny respondentov, ktorí považujú duálnu kvalitu za problém, tých opýtaných, ktorí sa vyjadrili, že vnímajú existenciu duálnej kvality za problém (73 respondentov) a vážny problém (85 respondentov). Celková skupina respondentov, považujúcich duálnu kvalitu za problém, pozostáva zo 158 respondentov. Z tejto vybranej skupiny sa až 109 opýtaných vyjadrilo, že uprednostní kúpu alternatívneho výrobku domáceho pôvodu pred tovarom duálnej kvality s pôvodom v zahraničí (to predstavuje 68,99 % zo 158 respondentov tejto skupiny). Niekoľkí respondenti zvolia radšej kúpu tovaru duálnej kvality na našom trhu, pričom 18 opýtaných tak urobí v dôsledku nižšej ceny a 16 opýtaných v dôsledku mena značky. 15 respondentov nekúpi žiaden výrobok na našom trhu, ale vycestuje a kúpi si výrobok duálnej kvality zahraničnej značky radšej v zahraničí.

Nakoľko až 109 respondentov v tejto skupine uviedlo, že zvolí radšej alternatívny výrobok domáceho pôvodu, môžeme prijať H.10 a na základe toho konštatovať, že **vnímanie duálnej kvality ako problému má vplyv na odvracanie sa spotrebiteľov smerom ku kúpe výrobkov s domácim pôvodom.**

3.4 Diskusia

V rámci kapitoly č. 3 sa nám na základe vyhodnotenia odpovedí respondentov a overenia stanovených hypotéz podarilo sumarizovať zistenia, z ktorých možno vyvodit' vplyv duálnej kvality na cezhraničný obchod EÚ.

O téme duálnej kvality počulo 92 % opýtaných respondentov, pričom až 96 % z celkovej vzorky uviedlo, že má osobnú skúsenosť s tovarmi zahraničného pôvodu, ktoré disponujú inou kvalitou ako tovary tej istej značky a druhu predávané v zahraničí (pozn.: percentuálny rozdiel medzi tými, ktorí už počuli o téme duálnej kvality a tými, ktorí majú osobnú skúsenosť je spôsobený tým, že niektorí respondenti sa osobne stretli s rozdielnou kvalitou tovarov, avšak nevedeli, že táto téma už existuje v rámci ČŠ EÚ, nakoľko o nej nepočuli). Na základe toho môžeme povedať, že duálna kvalita produktov je v rámci slovenského trhu značne rozšírená a aj preto 29,5 % respondentov uviedlo, že v dôsledku nej radšej nakupujú v zahraničí. Väčšina týchto respondentov pochádzala z okresov, ktoré sa nachádzajú v blízkosti hraníc SR, čo im umožňuje dobrú dostupnosť pre nákup v zahraničí. V rámci našich otázok nás tiež zaujímalo, v ktorých konkrétnych krajinách pociťujú respondenti lepšiu kvalitu tovarov tej istej značky v porovnaní s tovarom slovenského trhu. Najčastejšie označovanou krajinou bolo Rakúsko, kde až 94,92 % z respondentov nakupujúcich v zahraničí uviedlo, že pociťujú lepšiu kvalitu pri týchto tovaroch. Na druhom mieste bolo Nemecko (37,29 % z respondentov nakupujúcich v zahraničí) a hneď za ním Česko (18,67 %) a Poľsko (6,78 %). Označenie Česka s Poľska bolo pomerne prekvapivým, nakoľko tieto krajiny a ich domáci spotrebiteľia hlásia rovnaký problém s produktami duálnej kvality v rámci svojich trhov. Avšak je len veľmi málo pravdepodobné, že sa na trhu SR vyskytuje horšia kvalita týchto tovarov, nakoľko vo väčšine prípadov sú tie isté produkty distribuované v rámci Slovenska, Česka i Poľska, o čom svedčia napr. etikety tovarov predávaných na slovenskom trhu, ktoré sú v slovenskom, českom i poľskom jazyku. Môže sa tak jednať skôr o názor spotrebiteľov, ktorý bol silne zaujatý v dôsledku doterajších negatívnych skúseností s takýmito tovarmi. Percentuálna úroveň označení Česka a Poľska môže byť tiež ovplyvnená tým, že sa jedná o susedné krajiny, do ktorých to majú spotrebiteľia z určitých okresov najbližšie. Okrem týchto uvedených krajín ďalej spotrebiteľia uviedli, že v majú lepšiu skúsenosť s tovarmi zo Spojeného kráľovstva, Maďarska, Talianska, Spojených štátov amerických, Belgicka, Holandska, Chorvátska a Švédska. Tu je zaujímavé pozorovať, že niekoľkí spotrebiteľia uviedli i krajiny, ktoré sa nachádzajú mimo EÚ, čo môže svedčiť o tom, že problematika duálnej kvality nemusí byť problémom len samotného trhu EÚ, ale i svetového trhu. V rámci respondentov, ktorí nakupujú radšej v zahraničí v dôsledku duálnej kvality, sme tiež zisťovali, či do zahraničia cestujú výlučne za účelom nákupu. 35,6 % z nich uviedlo, že cestujú do zahraničia výlučne za účelom nákupu. Zvyšní opýtaní nakúpia počas toho, ako do zahraničia vycestovali primárne za iným účelom. Z respondentov nakupujúcich

v zahraničí najviac označilo, že takto nakupujú dva až štyrikrát za rok (35,6 %). Na druhom mieste najviac respondentov označilo, že v zahraničí nakupujú v priemere raz za mesiac (27,18 %). Najviac z týchto respondentov (37,29 %) minie na nákup v zahraničí v priemere 51 až 100 eur, druhá najpočetnejšia skupina (35,6 %) minie 101 až 200 eur.

Zisťovali sme aj to, koľko respondentov z celkovej vzorky považuje existenciu duálnej kvality za problém. V rámci získaných odpovedí až 79 % respondentov uviedlo, že považujú jej existenciu za problém či vážny problém. Takáto vysoká úroveň považovania tovarov duálnej kvality za problém môže byť indikátorom možného vplyvu existencie duálnej kvality na import a export takýchto produktov, a teda na cezhraničný obchod v rámci EÚ. Toto tvrdenie je podložené i odpoveďami respondentov na ďalšiu otázku, ktorá sa týkala toho, ako sa zachovajú vo vzťahu ku kúpe produktu, o ktorom vedia, že je duálnej kvality, a teda disponuje horšími vlastnosťami ako rovnaký produkt tej istej značky v zahraničí. 63 % respondentov uviedlo, že si daný produkt nezakúpia a nahradia ho radšej kúpou alternatívneho produktu domáceho pôvodu (a to aj napriek často vyššej cene, či menej známej značke). To by teda znamenalo, že viac ako polovica spotrebiteľov tak uprednostní domáci produkt, čo bude mať v konečnom dôsledku vplyv na import tovarov zahraničného pôvodu, a ovplyvní to tak i samotný cezhraničný obchod v rámci krajín jednotného trhu EÚ.

Až 81,5 % opýtaných z celkovej vzorky uviedlo, že duálnu kvalitu evidujú najviac pri potravinách. Pri ďalšej otázke, týkajúcej sa iného druhu tovaru, pri ktorom evidujú opýtaní najviac duálnu kvalitu na druhom mieste, označilo drogériu až 67,5 % respondentov. Pri potravinách bol za najväčší problém pri odlišnej kvalite považovaný rozdiel v zložení, ktorý označilo 65,5 % respondentov. Pri tovaroch iných druhov respondenti považovali za najväčší problém rozdiel vo funkčnosti produktu, ktorú označilo 62,5% opýtaných. Za označenie potravín ako najviac problematických pravdepodobne môžu aj spotrebiteľom dostupné informácie o duálnej kvalite, ktoré najčastejšie pojednávajú práve o nižšej kvalite potravín. Na druhej strane však musia tieto informácie prameniť z určitých osobných skúseností spotrebiteľov a vykonaných testov, preto v rámci našej práce považujeme toto zistenie za relevantné.

Respondentov sme sa pýtali aj do akej miery súhlasia s výrokom: : „*Považujem za kvalitnejšie tovary predávané v zahraničí ako tie, ktoré sú predávané pod tou istou značkou na našom domacom trhu.*“ 70,5 % respondentov z celkovej vzorky odpovedalo, že s týmto výrokom súhlasí alebo úplne súhlasí. V spojitosti so zistením o vysokom

percentuálnom podiele respondentov s osobnou skúsenosťou s tovarmi duálnej kvality usudzujeme, že táto ich skúsenosť bola - pokiaľ ide o kvalitu tovaru - negatívna. Okrem toho sme sa pýtali i to, do akej miery súhlasia s výrokom: „*Považujem za kvalitnejšie tovary s domácim pôvodom ako tie, ktoré majú pôvod v zahraničí.*“ Pri tejto otázke 60 % respondentov uviedlo, že s týmto výrokom súhlasí alebo úplne súhlasí. Táto odpoveď však môže byť subjektívna v dôsledku negatívnych predchádzajúcich skúseností s obchodnými praktikami výrobcov a distribuovaním menej kvalitných výrobkov na slovenský trh v porovnaní s inými trhmi krajín. Je možné, že si tak spotrebitelia podvedome vybudovali negatívny postoj k zahraničným produktom a automaticky tak považujú alternatívne tovary domácej výroby za kvalitnejšie. Faktorom môže byť i určitá úroveň národného cítienia, ktorá môže mať vplyv na hrdosť voči slovenským výrobkom a rovnako tak i dôvera voči domácim výrobcom, pri ktorých spotrebitelia môžu mať pocit, že by si nedovolili ponúkať spoluobčanom niečo nekvalitné. Spotrebitelia si tiež môžu uvedomovať, že na to, aby sa domáci výrobca s vyššou cenou udržal na trhu plnom zahraničnej konkurencie, mal by ponúkať i adekvátnu kvalitu, ktorá by dokázala stimulovať dopyt po jeho produktoch. Na druhej strane odpovede respondentov môžu plynúť i z priamej osobnej skúsenosti, kedy boli naozaj domáce tovary kvalitnejšie.

V rámci našej práce nás zaujímala i samotná mienka spotrebiteľov vo vzťahu k schopnosti orgánov vykonávať dostatočné kontroly duálnej kvality. 70 % opýtaných respondentov uviedlo, že považujú kontrolu duálnej kvality zo strany príslušných orgánov za nedostatočnú a úplne nedostatočnú. Tiež sme zisťovali, či spotrebitelia zaznamenali nejaké zlepšenia v kontrole vykonávanej týmito orgánmi počas uplynulých dvoch rokov. 85,5 % respondentov uviedlo, že nezaznamenali žiadne zlepšenia. Toto môže dávať spotrebiteľom pocit, že tieto orgány zanedbávajú ich záujmy a nevenujú sa naplno ochrane spotrebiteľa, čo môže prispieť k ďalším negatívnym pocitom vo vzťahu k zahraničným výrobkom a k ešte silnejším tendenciám odvracať sa od ich kúpy smerom k alternatívnym domácim produktom. V dôsledku toho sme sa pýtali spotrebiteľov i na to, aké nástroje by podľa nich predstavovali potenciálne riešenia tejto problematiky. Medzi tieto riešenia spotrebitelia uviedli dostatočne vysoké sankcie voči výrobcom tovarov duálnej kvality. Ako riešenie navrhli aj prijatie legislatívnych zmien, ktoré by napr. stanovovali pravidlá o tom, ako má výrobca uvádzať informácie o inej kvalite na obaloch svojich produktov a pod. Ďalšími riešeniami podľa opýtaných bolo častejšie vykonávanie kontrol tovarov

a ich kvality medzi jednotlivými krajinami EÚ, šírenie povedomia o tejto problematike, či úplný legislatívny zákaz predaja takýchto výrobkov duálnej kvality na európskej úrovni.

Zaujímalo nás aj to, či existuje medzi spotrebiteľmi ochota akceptovať existenciu duálnej kvality. Tu však až 71 % respondentov vyjadrilo neochotu alebo úplnú neochotu akceptovať existenciu duálnej kvality. Nakoľko sa takto vyjadrili takmer tri štvrtiny opýtaných, môžeme povedať, že všeobecne u spotrebiteľov výrazne prevláda neochota akceptovať existenciu výrobkov duálnej kvality. To opäť podporuje potenciálne odvracanie sa spotrebiteľov smerom k výrobkom domácej produkcie alebo k alternatívnemu nákupu tovaru priamo v zahraničí, najmä v situácii, keď žijú v pohraničných oblastiach, čo opäť ovplyvňuje cezhraničný obchod EÚ.

Nakoľko si výrobcovia tovarov duálnej kvality svoje praktiky ospravedlňujú najmä argumentom, že: „*Duálna kvalita tovarov je hlavne dôsledok rôznych preferencií (napr. chuťových, úžitkových atď.) jednotlivých trhov.*“, pýtali sme sa respondentov do akej miery s ním súhlasia. 75,5 % opýtaných odpovedalo, že s týmto argumentom nesúhlasia alebo úplne nesúhlasia, a teda podľa nich nie je adekvátne tvrdiť, že trhové preferencie sú motívom pre vyrábanie a distribuovanie tovarov duálnej kvality. Tu však treba poznamenať, že tovary duálnej kvality nemusia byť automaticky kvalitatívne horšie. Rozdiel môže byť napr. vo vzhľade, avšak samotná ponúkaná kvalita nemusí byť horšia. Avšak podľa predošlých odpovedí spotrebiteľov môžeme usúdiť, že pri tovaroch duálnej kvality sa väčšinou stretli s horšou kvalitou a vlastnosťami produktu, čo teda implikuje aj to, že sa na európskom trhu často vyskytuje práve takýto závažný kvalitatívny rozdiel, pri ktorom tento argument výrobcov neospravedlňuje.

Hypotézu č.1, kde sme predpokladali, že väčšina respondentov, ktorí považujú tovary rovnakej značky predávané v zahraničí za kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, sme prijali. Ak teda spotrebiteľia považujú tovary rovnakej značky za kvalitnejšie v zahraničí ako na svojom domácom trhu, nebudú ochotní akceptovať existenciu duálnej kvality. Môže to byť späť s pocitom spotrebiteľov, že sú takto výrobcami diskriminovaní a z toho dôvodu ju nebudú ani akceptovať, pretože sú rovnocennými európskymi spotrebiteľmi jednotného trhu a nevidia dôvod na predaj tovarov rozdielnej kvality v jednotlivých krajinách EÚ.

Hypotézu č. 2, v ktorej sme predpokladali, že väčšina respondentov s osobnou skúsenosťou s tovarmi duálnej kvality, nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej

kvality, sme prijali. Ak majú spotrebiteľia osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, nie sú ochotní akceptovať ani jej existenciu. Na základe spotrebiteľských odpovedí v našom prieskume môžeme povedať, že väčšina mala pravdepodobne negatívnu osobnú skúsenosť s takýmito tovarmi a považujú ich za menej kvalitné. Opäť sa môžu cítiť bezdôvodne diskriminovaní, čo spôsobuje negatívne subjektívne pocity voči zahraničným výrobcom, z čoho prirodzene plynie i neochota akceptovať takéto praktiky.

Taktiež sme prijali hypotézu č. 3, v ktorej sme predpokladali, že väčšina respondentov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, nesúhlasí s argumentom výrobcov, že: „*Duálna kvalita je len výsledok preferencií jednotlivých trhov.*“ Opäť môžeme usudzovať na základe predošlých odpovedí, že pri tovaroch duálnej kvality sa väčšinou stretli s horšou kvalitou a vlastnosťami produktu. Takýto závažný kvalitatívny rozdiel však spôsobuje to, že tento argument výrobcov neospravedlňuje, nakoľko je adekvátny len v prípade, ak kvalitatívny rozdiel nespeje k vyslovene horšej kvalite produktu, resp. spotrebiteľ nepociťuje, že kvalita daného tovaru je horšia.

Hypotéza č. 4, v ktorej predpokladom bolo, že väčšina respondentov, ktorí už počuli o téme, považuje kontrolu zo strany príslušných orgánov za nedostatočnú, sa nám potvrdila a mohli sme ju tak prijať. To, že väčšina respondentov, ktorá počula o téme duálnej kvality považuje kontrolu zo strany slovenských a európskych orgánov za nedostatočnú, môže byť indikátorom slabej angažovanosti príslušných orgánov v riešení tejto otázky. Tiež to môže byť dôsledok nízkeho mediálneho záujmu o monitoring aktivít týchto orgánov.

V hypotéze č. 5 sme predpokladali, že v každej vekovej skupine väčšina respondentov súhlasí s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, zároveň vníma existenciu tovarov duálnej kvality ako problém, a tiež nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, a teda neexistuje rozdiel vo vnímaní duálnej kvality medzi jednotlivými generáciami. Táto hypotéza sa nám potvrdila a my sme ju tak mohli prijať. Rovnako sa nám potvrdila aj hypotéza č. 6, kde predpokladom bolo, že neexistuje rozdiel v správaní spotrebiteľov jednotlivých generácií, ak vedia o duálnej kvalite daného tovaru, a väčšina respondentov jednotlivých vekových skupín sa medzi sebou zhodne v spotrebiteľskom správaní v dôsledku duálnej kvality. Pri ani jednej zo sledovaných otázok oboch hypotéz sa nevyskytla žiadna veková skupina, ktorá by v danej otázke mala menej ako 50% respondentov. Nakoľko sa v každej vekovej skupine väčšina vyjadrila vo vybraných otázkach rovnako ako v ostatných skupinách, generácia a veková rozdielnosť nemajú

vplyv na vnímanie duálnej kvality ani spotrebiteľské správanie a všetky generácie ju tak vo väčšine vnímajú rovnako a správajú sa rovnako. Je dôležité poznamenať, že najmenšie percentuálne zastúpenie v porovnaní s inými generáciami dosahovala vždy najmladšia generácia Z. Potvrdili sme pri generácií Z výsledky vedeckej štúdie autoriek M. Šramkovej a M. Sirotiakovej, ktoré skúmali úroveň vplyvu duálnej kvality na spotrebiteľské správanie generácie Z a zistili, že väčšina respondentov nebola ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality a tiež po tejto informácii väčšina zmenila svoje spotrebiteľské správanie.⁷⁶ Ako však autorky uvádzajú, sociálny kruh, v ktorom sa príslušníci generácie Z zdržiavajú, je kultúrne diverzifikovaný, preto je táto generácia tolerantná v aspektoch kultúrnej rozdielnosti, teda aj napr. v rámci kultúrnej preferencie chutí. To podľa nás vysvetľuje, že práve v najmladšej generácií bol najnižší percentuálny podiel respondentov, ktorí vnímajú duálnu kvalitu ako problém a nie sú ju ochotní akceptovať.

V hypotéze č. 7 sme predpokladali, že v každej príjmovej skupine väčšina respondentov súhlasí s argumentom, že tovary rovnakej značky predávané v zahraničí sú kvalitnejšie ako tie, ktoré sú predávané na našom trhu, zároveň vníma existenciu tovarov duálnej kvality ako problém, a tiež nie je ochotná akceptovať existenciu duálnej kvality, a teda neexistuje rozdiel vo vnímaní duálnej kvality medzi jednotlivými príjmovými skupinami spotrebiteľov. Táto hypotéza sa nám potvrdila. Potvrdila sa aj hypotéza č. 8, kde sme predpokladali, že neexistuje rozdiel v správaní spotrebiteľov jednotlivých príjmových skupín, ak vedia o duálnej kvalite daného tovaru, a väčšina respondentov jednotlivých príjmových skupín sa medzi sebou zhodne v spotrebiteľskom správaní v dôsledku duálnej kvality. Ani pri jednej zo sledovaných otázok, na základe ktorých sme vyhodnocovali obe hypotézy, sa nevyskytla žiadna príjmová skupina, ktorá by pri akejkoľvek sledovanej otázke mala menej ako 50% respondentov. V každej príjmovej skupine sa väčšina v týchto otázkach vyjadřila rovnako ako v ostatných príjmových skupinách, a teda rozdiel v príjme nemá vplyv na vnímanie duálnej kvality ani spotrebiteľské správanie. V kapitole 1.2.1. sme uviedli i ďalšiu štúdiu autoriek L. Bartkovej a M. Sirotiakovej, ktorá sa zaoberá o vplyvom duálnej kvality na správanie spotrebiteľov so zreteľom na ich príjmovú úroveň.⁷⁷ V rámci nášho výskumu sa nám nepotvrdil ich záver, že s rastúcim príjmom

⁷⁶ ŠRAMKOVÁ, M. – SIROTIAKOVÁ, M. Consumer Behaviour of Generation Z in the Context of Dual Quality of Daily Consumption Products on EU market. In: *SHS Web of Conferences*. International Scientific Conference – Globalization and its Socio-Economic Consequences 2020, 2021, roč. 92. s. 9.

⁷⁷ BARTKOVÁ, L. – SIROTIAKOVÁ, M. Dual quality and its influence on consumer behaviour according to the income. In: *SHS Web of Conferences*, 2021, roč. 92. s. 1.

narastá aj úroveň vnímania existencie duálnej kvality ako problému, nakoľko v našom prípade boli výsledky nasledovné:

- do 500 eur – 77,4% považuje za problém (24 respondentov z 31)
- 501-1000 eur – 76% považuje za problém (38 respondentov z 50)
- 1001-1500 eur – 90% považuje za problém (54 respondentov z 60)
- Viac ako 1500 eur – 71,2% považuje za problém (42 respondentov z 59)

Nepotvrdil sa nám ani ďalší výsledok vedeckej štúdie týchto autoriek, kde najviac svoje spotrebiteľské správanie zmenili spotrebiteľia s najmenším príjmom, nakoľko v rámci nášho výskumu sme zistili, že ku kúpe alternatívneho produktu domáceho pôvodu sa bude práve najnižšia príjmová skupina odvracať najmenej v porovnaní s ostatnými príjmovými skupinami, čo môže byť dôsledkom vyššej ceny domácich výrobkov v porovnaní so zahraničnou konkurenciou.

Hypotéza č. 9, v ktorej predpokladom bolo, že väčšina respondentov, považujúcich existenciu duálnej kvality za problém, vníma najčastejšie sa vyskytujúcu a najviac problematickú duálnu kvalitu pri potravinách, sa tiež v rámci nášho výskumu ukázala ako platná a mohli sme ju prijať. Nakoľko sa 79 % respondentov (z celkovej vzorky 200 spotrebiteľov) vyjadrilo, že má problém s existenciou tovarov duálnej kvality, a v rámci tejto skupiny 137 opýtaných uviedlo potraviny ako tovar s najčastejšie vyskytujúcou sa duálnou kvalitou, môžeme povedať, že potraviny sú naozaj druhom tovaru, pri ktorých je výskyt duálnej kvality najrozšírenejší. Avšak vplyv na úroveň výskytu tu môže mať i frekvencia nakupovania potravín, nakoľko väčšina respondentov kupuje potraviny častejšie v porovnaní s tovarmi iného druhu, a teda častejšie prichádzajú do styku s rozdielnou kvalitou ako pri iných druhoch tovarov. Výsledky by mohli byť iné, ak by ostatné druhy tovarov kupovali spotrebiteľia rovnako často ako potraviny.

Z hypotéz, ktoré sme v tejto práci overovali, sme získali tiež niekoľko zaujímavých poznatkov. Hypotéza č. 10, pri ktorej sme predpokladali, že väčšina respondentov, považujúcich duálnu kvalitu za problém, uprednostní kúpu alternatívneho tovaru domácej výroby pred kúpou zahraničného tovaru duálnej kvality, sa nám potvrdila a mohli sme ju tak prijať. V rámci tejto hypotézy sa nám podarilo dokázať, že vnímanie duálnej kvality ako problému má vplyv na odvracanie sa spotrebiteľov smerom ku kúpe výrobkov s domácim pôvodom. Nakoľko sme v rámci odpovedí respondentov zistili, že až 79 % respondentov považuje existenciu duálnej kvality za problém, môžeme tak tvrdiť, že

duálna kvalita bude mať výrazný vplyv na cezhraničný obchod EÚ, nakoľko sa spotrebiteľia budú odvracať smerom k tovarom vyrobeným na ich vlastnom území.

Naším odporúčaním, vyplývajúcim z uskutočneného prieskumu, je vyššia angažovanosť národných a európskych orgánov, zaoberajúcich sa problematikou duálnej kvality, formou pravidelného testovania, prijatia legislatívnych zmien zabezpečujúcich vyššiu ochranu spotrebiteľa voči nekalým obchodným praktikám a zavedenia vyšších sankcií pri dokázaní duálnej kvality. Taktiež odporúčame, aby médiá informovali o činnosti orgánov viac a objektívnejšie, rovnako ako o vykonávaných kontrolách. Takéto zmeny môžu dať spotrebiteľovi silnejší pocit jeho ochrany ako spotrebiteľa, čo zároveň môže stimulovať jeho dopyt po tovaroch z ostatných krajín EÚ.

Záver

Hlavným cieľom tejto záverečnej práce bolo skúmať problematiku duálnej kvality tovarov a identifikovať jej vplyv na cezhraničný obchod v rámci jednotného trhu EÚ na základe prieskumu spotrebiteľského správania a spotrebiteľských preferencií vo vzťahu k produktom duálnej kvality na trhu SR. Aby sme tento cieľ práce naplnili, stanovili sme si aj niekoľko čiastkových cieľov v každej časti práce.

V rámci teoretickej časti našej práce sme zhodnotili motívy a efekty duálnej kvality tovarov prostredníctvom syntetizácie teoretických poznatkov a empirických štúdií. Za hlavný motív ponúkania tovarov duálnej kvality možno podľa výrobcov považovať snahu prispôbiť sa preferenciám spotrebiteľov v jednotlivých ČŠ. Na druhej strane sa však môže jednať aj o snahu o získanie komparatívnych výhod na danom trhu. Pokiaľ ide o vplyv existencie duálnej kvality na spotrebiteľské správanie, z dostupných štúdií vyplýva, že spotrebiteľia majú tendenciu meniť svoje správanie v dôsledku duálnej kvality tovarov, a taktiež sa viac zaujímajú o kvalitu tovarov, ktoré nakupujú, ako aj o informácie o problematike duálnej kvality na trhu EÚ.

Ďalej sme v teoretickej časti práce venovali pozornosť postojom a krokom v rámci predmetnej témy zo strany inštitúcií EÚ, posúdeniu prípustnosti duálnej kvality tovarov z hľadiska legislatívnej úpravy predmetnej problematiky na úrovni EÚ, ako aj úlohám orgánov zapojených do riešenia duálnej kvality na Slovensku i v rámci EÚ. V reakcii na sťažnosti niektorých ČŠ o existencii duálnej kvality na trhu EÚ sa inštitúcie EÚ rozhodli vykonať celoeurópske testovanie tovarov. V rámci výsledkov zistili, že 31 % tovarov predstavuje potenciálnu hrozbu zavádzania spotrebiteľov. Tiež sa však vyjadrili, že rozdiely v zložení výrobkov, ktoré boli zachytené počas testovania, nevytvárajú bezprostredne rozdiel v kvalite v rámci určitých geografických regiónov, a to aj napriek širokému prierezu v rámci výrobkov a zúčastnených štátov. Inštitúcie EÚ však podporujú výrobcov, aby spotrebiteľom podávali adekvátne informácie o diferenciácií produktov, pretože riadne informovaný spotrebiteľ dokáže oceniť ich prispôsobivosť sa danému trhu. Tiež podporujú ČŠ v testovaní potenciálnej existencie duálnej kvality a snažia sa posilniť ochranu spotrebiteľa prostredníctvom sekundárnej legislatívy EÚ. V roku 2019 bola preto prijatá smernica EÚ, podľa ktorej sa za klamlivú obchodnú prax považuje identický marketing tovarov, ktoré majú podstatne odlišné zloženie alebo vlastnosti, ak to nie je zdôvodnené legitímnymi a objektívnymi faktormi. Zároveň smernica zaväzuje Európsku komisiu vypracovať do roku 2024 správu s odporúčaním, či je potrebné prijať podrobnejšie

ustanovenia o informáciách o rozdielnosti tovarov, prípadne úplný legislatívny zákaz duálnej kvality. Európsku komisiu preto považujeme za kľúčovú inštitúciu EÚ v riešení problematiky duálnej kvality. Na národnej úrovni patrí problematika duálnej kvality do pôsobnosti Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR. Výkon potravinového dozoru prostredníctvom kvalitatívnych testov má v právomoci Štátna veterinárna a potravinová správa. Na základe uvedeného považujeme parciálne ciele teoretickej časti za splnené.

Ďalšími čiastkovými cieľmi boli parciálne ciele stanovené pre praktickú časť našej práce. V rámci ich naplnenia sme zistili mieru ochoty spotrebiteľov, ktorí majú osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality, akceptovať existenciu duálnej kvality a akceptovať argument výrobcov, obhajujúci uvádzanie takýchto výrobkov na trh. Zistili sme, že spotrebiteľia, ktorí majú osobnú skúsenosť s takýmito tovarmi (192 respondentov z 200), sú prevažne neochotní akceptovať existenciu duálnej kvality (72,92 % z nich), a tiež neochotní akceptovať argument výrobcov, že: „Duálna kvalita je len výsledok preferencií jednotlivých trhov.“ (76,56 % z nich). Z toho usudzujeme, že ich vlastná skúsenosť s kvalitou takýchto tovarov bola negatívna.

Zisťovali sme aj, do akej miery respondenti, ktorí už počuli o téme duálnej kvality, považujú kontrolu zo strany príslušných orgánov za dostatočnú. Zo 184 respondentov, ktorí už počuli o predmetnej téme, 73,37 % opýtaných považuje kontrolu za nedostatočnú.

Ďalej sme identifikovali vplyv vekovej a príjmovej skupiny na vnímanie duálnej kvality a správanie spotrebiteľov. Zistili sme, že veková ani príjmová skupina nemajú vplyv na vnímanie predmetnej problematiky a správanie spotrebiteľov v dôsledku duálnej kvality tovarov.

Taktiež sme identifikovali, že duálna kvalita sa podľa spotrebiteľov najčastejšie vyskytuje pri potravinách.

Napokon sme posúdili vplyv existencie duálnej kvality na cezhraničný obchod EÚ. Zistili sme, že značná väčšina spotrebiteľov má problém s akceptáciou existencie duálnej kvality, čo má v dôsledku pocitu spotrebiteľskej diskriminácie vplyv na odvracanie sa od kúpy zahraničných tovarov smerom ku kúpe alternatívnych výrobkov domácej produkcie. Takéto spotrebiteľské správanie pôsobí negatívne na import produktov z iných ČŠ. Čiastkové ciele praktickej časti tak považujeme za splnené.

Nakoľko bola vzorka respondentov nášho výskumu rozmanitá a obsahovala respondentov rôznych vekových a príjmových kategórií, ktorí žijú v rôzne veľkých domácnostiach a mestách po celej SR, môžeme povedať, že výsledky, ktoré sme získali v rámci tejto práce, adekvátne reprezentujú verejnú mienku slovenských spotrebiteľov a získané informácie tak môžu odzrkadľovať potenciálne vplyvy duálnej kvality na zahraničný obchod SR v rámci jednotného trhu EÚ. Na základe geografickej blízkosti a kultúrnej podobnosti európskych spotrebiteľov (najmä krajín vo východnej časti EÚ, v ktorých spotrebiteľia apelujú najviac na riešenie problému duálnej kvality) predpokladáme podobný vplyv duálnej kvality na zahraničný obchod týchto krajín, a tak i na celkový cezhraničný obchod EÚ. Tu vidíme priestor na ďalší výskum predmetnej problematiky v zmysle porovnania vnímania a správania spotrebiteľov v iných ČŠ EÚ.

Poukázali sme taktiež na dôležitosť vykonávania kontrol a aplikovania respondentmi navrhovaných riešení príslušnými orgánmi, zaoberajúcimi sa kontrolou duálnej kvality na slovenskom a európskom trhu. Taktiež odporúčame, aby médiá lepšie informovali o činnosti príslušných orgánov, resp. o vykonávaných kontrolách. To všetko môže prispieť k lepšej ochrane spotrebiteľov, ale i slovenských producentov, pred nečestnými obchodnými praktikami zahraničných výrobcov, k posilneniu dôvery spotrebiteľov, že tovary predávané na slovenskom trhu sú kvalitné, teda nie je potrebné cestovať za kvalitnými tovarmi do zahraničia, najmä do susedných štátov, ako i k odstraňovaniu prekážok cezhraničného obchodu určitých tovarov medzi ČŠ EÚ.

Nakoľko sa nám podarilo splniť všetky nami stanovené čiastkové ciele, môžeme považovať za splnený i hlavný cieľ práce.

Zoznam použitej literatúry

1. BALÁŽ, Peter et al. *Medzinárodné podnikanie*. Bratislava: Sprint2, 2020. 306 s. ISBN 978-80-89710-51-5.
2. BARTKOVÁ, Lucia. How do consumers perceive the dual quality of goods and its economic aspects in the European Union? An empirical study. In *Problems and Perspectives in Management* [online]. Sumy: LLC Consulting Publishing Company: Business Perspectives, 2019, roč. 17, č. 3, s. 382-394. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(3\).2019.31](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(3).2019.31)
3. BARTKOVÁ, Lucia – SIROTIÁKOVÁ, Mária. Dual quality and its influence on consumer behaviour according to the income. In *SHS Web of Conferences* [online]. International Scientific Conference: Globalization and its Socio-Economic Consequences 2020, 2021, roč. 92, s. 1-10. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219206001>
4. BARTKOVÁ, Lucia – ŠRAMKOVÁ, Marianna – VESELOVSKÁ, Lenka. Consumer Behaviour in Conditions of Dual Quality of Daily Consumption Goods in Slovakia. In *Advances in Economics, Business and Management Research*. [online]. Atlantis Press, 2019, roč. 78, s. 24-27. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/emt-19/125906216>
5. CAREERPLANNER. *The Generations* [online]. [cit. 2021-12-23]. Dostupné na: <https://www.careerplanner.com/Career-Articles/Generations.cfm>
6. DAY, Ralph L. Extending the Concept of Consumer Satisfaction. In *Advances in Consumer Research* [online]. Indiana: Indiana University, 1977, roč. 4, s. 149-154. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na: <https://www.acrwebsite.org/volumes/9346/volumes/vol4/NA-04>
7. EUR-LEX. *Dvojaká kvalita výrobkov – konkrétny prípad potravín* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/summary/SK/4315029>
8. EUR-LEX. *Charta základných práv Európskej únie (čl. 11, 21, 38)* [online]. [cit. 2021-04-12]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A12012P%2FTXT>
9. EUR-LEX. *Lisabonská zmluva* [online]. [cit. 2021-04-12]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A12016E003>
10. EUR-LEX. *Nariadenie (ES) 178/2002* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32002R0178>

11. EUR-LEX. *Nariadenie (EÚ) 2017/2394* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32017R2394>
12. EUR-LEX. *Nekalé obchodné praktiky* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=LEGISSUM:l32011>
13. EUR-LEX. *Smernica 2005/29/ES* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>
14. EUR-LEX. *Smernica (EÚ) 2019/2161* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32019L2161>
15. EUROPEAN COMMISSION. *Dual Food Quality: Questions and Answers* [online]. [cit. 2021-04-20]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_19_3333EUROPEAN
16. EUROPEAN COMMISSION. *Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of food products – June 2019*. Luxemburg: Publications Office of the European Union. 2019. 17 s. ISBN 978-92-76-08569-0.
17. EUROPEAN PARLIAMENT. *Briefing June 2017 – Dual quality of branded food products. Addressing a possible east -west divide* [online]. [cit. 2021-04-18]. Dostupné na: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/607265/EPRS_BRI\(2017\)607265_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/607265/EPRS_BRI(2017)607265_EN.pdf)
18. EURÓPSKA KOMISIA. *Kolégium (2019-2024) – Komisári, politické riadenie Európskej komisie* [online]. [cit. 2021-04-27]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024_sk#bootstrap-fieldgroup-nav-item--meno--2
19. EURÓPSKA ÚNIA. *Európska komisia* [online]. [cit. 2021-04-26]. Dostupné na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-commission_sk#%C4%8Do-rob%C3%AD-komisnia?
20. EURÓPSKA ÚNIA. *Európsky parlament* [online]. [cit. 2021-04-26]. Dostupné na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-parliament_sk
21. EURÓPSKA ÚNIA. *Rada Európskej únie* [online]. [cit. 2021-04-27]. Dostupné na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/council-eu_sk

22. FMV EUBA. *Metodika tvorby písomných prác* [online]. [cit. 2021-11-28]. Dostupné na: https://fmv.euba.sk/www_write/files/dokumenty/studium/metodika_tvorby_pisomnych_prac.pdf
23. GBUROVÁ, Jaroslava – BAČÍK, Radovan – OBŠATNÍKOVÁ, Karina. Faktory ovplyvňujúce spotrebiteľské správanie. In *Journal of Global Science* [online]. Prešov: eXclusive Marketing, 2017, s. 1-6. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: www.jogsc.com/pdf/2017/4/faktory_ovplyvnujuce_spotrebiteleske.pdf
24. HADAYA, Steve Sabri Matti. *The Issue of Dual Quality of Food in European Union and the Significance of the New Deal for Consumers in Outlawing the Practice*. Tallinn: Bachelor's thesis. Tallinn University of Technology, School of Business and Governance, Department of Law. 2019. 48 s.
25. JANČÍKOVÁ, Eva. *Medzinárodné obchodné financovanie*. Bratislava: Sprint2, 2013. 287 s. ISBN 978-80-89710-00-3.
26. JOUROVÁ, Věra. *Dvojaká kvalita potravín – Nové usmernenie pre členské štáty EÚ* [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na: http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=47674
27. KHAN, Matin. *Consumer Behaviour*. New Delhi: New Age International. 2007. 240 s. ISBN 978-81-22415-31-5.
28. KIRZNER, Israel M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. In *Journal of Economic Literature* [online]. Nashville: American Economic Association, 1997, roč. 35, č. 1, s.60-85. [cit. 2021-04-10]. Dostupné na: <https://www.jstor.org/stable/2729693?seq=1>
29. KITA, Jaroslav et al. *Marketing*. Bratislava: Wolters Kluwer. 2017. 424 s. ISBN 978-80-81685-50-7.
30. KLABUSAYOVÁ, Naděžda. Consumer in the European Union and Dual Food Quality. In *Proceedings of the 4th International Conference on European Integration 2018*. Ostrava: VŠB – Technical University of Ostrava, 2018, s. 712-719. ISSN 2571-029X.
31. LIPKOVÁ, Ľudmila et al. *Medzinárodné hospodárske vzťahy*. Bratislava: Sprint2, 2011. 433 s. ISBN 978-80-89393-37-4.
32. MERTEN-LENTZ, Katia. *Dual Quality food: Are different recipes for different markets legal?* [online]. [cit. 2021-04-10]. Dostupné na:

- <https://www.foodnavigator.com/Article/2018/01/08/Dual-Quality-food-Are-different-recipes-for-different-markets-legal#>
33. METIN, Ismail. – KIZGIN, Yildiray. Multinational fast food chains' „Global Think, Local Act Strategy“ and consumer preferences in Turkey. In *International Journal of Marketing Studies* [online]. Toronto: Canadian Center of Science and Education, 2015, roč. 7, č. 1, s. 106-116. [cit. 2021-04-10]. Dostupné na: https://www.academia.edu/30951093/Multinational_Fast_Food_Chains_Global_Think_Local_Act_Strategy_and_Consumer_Preferences_in_Turkey
 34. MH SR. *Colná politka* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné na: <https://www.mhsr.sk/obchod/obchodne-vztahy-s-tretimi-krajinami/colna-politika>
 35. MINAKSHI, Jain. *Product Quality: Definition, Characteristics and Importance* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné na: <https://www.yourarticlelibrary.com/products/quality/product-quality-definition-characteristics-and-importance/90711>
 36. MPRV SR. *Koniec dvojakej kvality potravín* [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na: <https://www.mpsr.sk/aktualne/koniec-dvojakej-kvality-potravin/14121/>
 37. MPRV SR. *Štatút Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR účinný od 01.10.2020* [online]. [cit. 2021-05-13]. Dostupné na: <https://www.mpsr.sk/statut-ministerstva-podohospodarstva-a-rozvoja-vidieka-sr-ucinny-01-10-2020/7---15906/>
 38. SISTO, Roberta – PELLEGRINI, Guistina – LA SALA, Piermichele. Dual quality food: A negative social externality or competitiveness opportunity? In *Agricultural Economics – Czech* [online]. Praha: Czech Academy of Agricultural Sciences, 2019, roč. 65, č. 7, s. 307-313. [cit. 2021-03-09]. Dostupné na: <https://doi.org/10.17221/307/2018-AGRICECON>
 39. SLOVENSKO.SK. *Nekalé obchodné praktiky* [online]. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: https://www.slovensko.sk/sk/agendy/agenda/_nekale-obchodne-praktiky/
 40. SLOV-LEX. *Ústava Slovenskej republiky* [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1992/460/#predpis.hlava-piata>
 41. SLOV-LEX. Zákon NR SR č. 69/2021 Z.z. [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2021/69/vyhlasene_znenie.html
 42. SLOV-LEX. Zákon NR SR č. 152/1995 Z.z. [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1995/152/19970101.html#>

43. ŠRAMKOVÁ, Marianna – SIROTIKOVÁ, Mária. Consumer Behaviour of Generation Z in the Context of Dual Quality of Daily Consumption Products on EU market. In *SHS Web of Conferences* [online]. International Scientific Conference: Globalization and its Socio-Economic Consequences 2020, 2021, roč. 92, s. 1-10. [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219206038>
44. ŠTÁTNA VETERINÁRNA A POTRAVINOVÁ SPRÁVA. *Dual Quality of food products marketed in the EU Member States under the same brand or trademark but with differences in content, composition or quality* [online]. [cit. 2021-04-18]. Dostupné na: <https://dualquality.svps.sk/>
45. ŠTÁTNA VETERINÁRNA A POTRAVINOVÁ SPRÁVA. *Základné informácie*. [online]. [cit. 2021-05-08]. Dostupné na: <https://www.svps.sk/>
46. VELČOVSKÁ, Šárka – HADRO, Dominika. Generation Y Perceptions and Expectations of Food Quality Labels in the Czech Republic and Poland. In *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis* [online]. Brno: Mendel University, 2018, roč. 66, č. 1, s. 325-334. [cit. 2021-04-10]. Dostupné na: <https://acta.mendelu.cz/pdfs/acu/2018/01/36.pdf>
47. UNIBA. *Elektronická učebnica pedagogického výskumu – Dotazník* [online]. [cit. 2021-11-28]. Dostupné na: <http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/index.php/kapitoly/dotaznik.php?id=i12>

Prílohy

Príloha č. 1

DOTAZNÍK

Dotazník je anonymný. Otázky označené * sú povinné.

1. *Pohlavie:
 - Muž
 - Žena
2. *Vek:
 - 15-26
 - 27-41
 - 42-56
 - 57-75
 - 76-96
3. *Príjmová kategória:
 - Do 500 €
 - 501-1000 €
 - 1001-1500 €
 - Viac ako 1500 €
4. *Počet členov v domácnosti:
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7
 - 8
 - 9
 - 10
 - 11
 - 12
 - Iné: _____
5. *Frekvencia nakupovania potravín:
 - Menej ako raz za týždeň

- 1x do týždňa
 - 2-3x do týždňa
 - Častejšie ako 3x do týždňa
6. *Frekvencia nakupovania tovaru bežnej spotreby (napr. drogéria a pod.):
- Raz do týždňa
 - Častejšie ako raz do týždňa
 - Menej často ako raz do týždňa
7. *Žijem v blízkosti hraníc Slovenskej republiky:
- Áno
 - Nie (ak ste vybrali túto možnosť, pokračujte otázkou č. 9)
8. Z ktorého okresu pochádzate:
- _____
9. *Počul/a som už o téme duálnej kvality:
- Áno
 - Nie (ak ste vybrali túto možnosť, pokračujte otázkou č. 11)
10. Počul/a som o tejto téme (vyberte jednu alebo viacero možností):
- V médiách
 - Od známych či rodiny
 - Iné: _____
11. *Máte osobnú skúsenosť s tovarmi duálnej kvality?
- Áno
 - Nie
12. *V dôsledku duálnej kvality nakupujem radšej v zahraničí ako doma:
- Áno
 - Nie (ak ste vybrali túto možnosť, pokračujte otázkou č. 17)
13. V ktorej krajine máte lepšiu skúsenosť s kvalitou tovarov ako na Slovensku (vyberte jednu alebo viacero možností):
- Rakúsko
 - Česko
 - Maďarsko
 - Poľsko
 - Nemecko
 - Iné: _____

14. Ak nakupujete v zahraničí, cestujete zvyčajne do určitej krajiny výlučne za účelom nákupu?
- Áno, zvyčajne cestujem do zahraničia výlučne za účelom nákupu
 - Nie, zväčša nakúpim počas toho, ako som navštívil krajinu za iným účelom
15. Ako často nakupujete v zahraničí?
- Raz za rok
 - Dva až štyrikrát za rok
 - Približne raz za mesiac
 - Častejšie než raz za mesiac
16. Odhadnite, koľko priemerne miniete za nákup v zahraničí:
- Menej ako 50 €
 - 51-100 €
 - 101-200 €
 - Viac ako 200 €
17. *Do akej miery považujete existenciu duálnej kvality za problém (1 – žiadny problém, 5 – vážny problém)?
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
18. *Na prvom mieste evidujem duálnu kvalitu pri:
- Potraviny
 - Elektronika
 - Drogéria
 - Iné: _____
19. *Na druhom mieste evidujem duálnu kvalitu pri:
- Potraviny
 - Elektronika
 - Drogéria
 - Iné: _____
20. *Pri potravinách duálnej kvality by som za najväčší problém považoval/a rozdiel v:
- Chuti
 - Vzhľade

- Zložení
 - Balení
 - Výživových hodnotách
21. *Pri iných tovaroch duálnej kvality než potraviny by som za najväčší problém považoval/a rozdiel v:
- Vzhľade
 - Funkčnosti
 - Zložení
 - Balení
22. *Do akej miery súhlasíte s výrokom: „Považujem za kvalitnejšie tovary predávané v zahraničí ako tie, ktoré sú predávané pod tou istou značkou na našom domácom trhu.“ (1 – vôbec nesúhlasím, 5 – úplne súhlasím):
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
23. *Do akej miery súhlasíte s výrokom: „Považujem za kvalitnejšie tovary s domácim pôvodom ako tie, ktoré majú pôvod v zahraničí.“ (1 – vôbec nesúhlasím, 5 – úplne súhlasím):
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
24. *Hoci viem, že tovar predávaný na našom trhu je menej kvalitný ako tovar predávaný pod rovnakou značkou a v rovnakom balení v zahraničí...
- ... kúpim si ho na našom trhu, pretože má nižšiu cenu ako alternatívny tovar domácej výroby.
 - ... kúpim si ho na našom trhu, pretože preferujem danú značku kvôli jej menu pred alternatívnym tovarom domácej výroby.
 - ... nekúpim si ho, lebo ma odradí jeho nižšia kvalita a radšej zvolím domácu alternatívu.
 - ... kúpim si ho radšej v zahraničí a nekúpim domácu alternatívu.

25. *Uved'te, nakoľko je podľa Vás dostatočná kontrola duálnej kvality zo strany príslušných orgánov (1 – úplne nedostatočná, 5 – úplne dostatočná):
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
26. *Zaregistrovali ste v uplynulých 1-2 rokoch nejaké zlepšenia v kontrole duálnej kvality zo strany príslušných orgánov oproti minulosti?
- Áno
 - Nie
27. *Čo by podľa Vášho názoru pomohlo riešiť problém duálnej kvality na trhu EÚ (vyberte jednu alebo viacero možností)?
- Zaviesť vyššie sankcie/pokuty
 - Častejšie vykonávať kontroly tovarov a ich kvality medzi jednotlivými krajinami
 - Prijat' legislatívne zmeny (napr. stanoviť podrobnejšie pravidlá o tom, ako má výrobca uvádzať informácie o inej kvalite atď.)
 - Iné: _____
28. *Do akej miery som ochotný/á akceptovať existenciu duálnej kvality (1 – úplne neochotný/á, 5 – úplne ochotný/á)?
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
29. *Do akej miery súhlasíte s argumentom výrobcov, že: „*Duálna kvalita tovarov je hlavne dôsledkom rôznych preferencií (napr. chuťových, úžitkových atď.) jednotlivých trhov.*“ (1 – vôbec nesúhlasím, 5 – úplne súhlasím)?
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5

