

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

Evidenčné číslo: 102002/I/2019/36086129768955652

**OCHRANA SPOTREBITEĽA V KONKRÉTNEJ
SFÉRE**

Diplomová práca

2019

Bc. Johana Kačaliaková

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

**OCHRANA SPOTREBITEĽA V KONKRÉTNEJ
SFÉRE**

ZDRAVÉ POTRAVINY

Diplomová práca

Študijný program: Marketingový a obchodný manažment

Študijný odbor: Obchod a marketing

Školiace pracovisko: Katedra marketingu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Marína Korčoková, PhD.

Bratislava 2019

Bc. Johana Kačaliaková

Čestné vyhlásenie

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

Dátum:

.....
(podpis študenta)

Pod'akovanie

Chcela by som vyjadriť vďaku školiteľke záverečnej práce, Ing. Maríne Korčokovej, PhD. za odbornú a ochotnú pomoc, usmernenie pri písaní záverečnej práce a za jej cenné rady.

ABSTRAKT

KAČALIAKOVÁ, Johana: *Ochrana spotrebiteľa v konkrétnej sfére*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; katedra marketingu. – Ing. Marína Korčoková, PhD. – Bratislava: OF EU, 2019, 72 s.

Cieľom záverečnej práce je analýza povedomia spotrebiteľov v oblasti zdravých potravín. Práca je rozdelená do piatich kapitol. Obsahuje tridsaťjedna grafov, dve tabuľky a dve prílohy. Prvá kapitola je venovaná definovaniu základných pojmov, ktoré sa spájajú s oblasťou ochrany spotrebiteľa, základných práv spotrebiteľa, spotrebiteľskej politiky, spotrebiteľských teórií a reálií, právnej regulácii ochrany spotrebiteľov na slovenskom a európskom trhu.

V ďalšej časti sa aplikujú teoretické poznatky na oblasť zdravých potravín a definujú sa legislatívne nástroje pre potravinovú bezpečnosť na slovenskom a európskom trhu. Analyzujú sa odpovede získané dopytovaním, ktoré sa uskutočnilo formou elektronického dotazníka. Skúma sa predovšetkým povedomie spotrebiteľov v oblasti zdravých potravín.

Záverečná kapitola sa zaoberá diskusiou a výsledkom riešenia danej problematiky sú návrhy konkrétnych odporúčaní na zvýšenie povedomia spotrebiteľov v sfére potravín a zdravého životného štýlu.

Kľúčové slová:

spotrebiteľ, spotrebiteľská politika, ochrana spotrebiteľa, potraviny, zdravé potraviny

ABSTRACT

KAČALIÁKOVÁ, Johana: *Consumer protection in particular sphere*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Marketing department. – Ing. Marína Korčoková, PhD. – Bratislava: OF EU, 2019, 72 p.

The aim of the thesis is to analyze consumer awareness in the scope of healthy food. The work is divided into five chapters. It contains thirty-one charts, two tables, and two attachments.

The first chapter is dedicated to the definition of basic terms, which are connected with the area of consumer protection, basic consumer rights, consumer policy, consumer theories and realities, legal regulation of consumer protection on the Slovak and European market.

The next chapter applies theoretical knowledge to the field of healthy food and defines the legislative tools for food security on the Slovak and European markets. The questionnaire responses, which were conducted in the form of an electronic questionnaire, are analyzed. In particular, consumer awareness of healthy food is being explored.

The final chapter is dedicated to the discussion and the main result is the suggestion for specific recommendations to increase consumers' awareness of food and a healthy lifestyle.

Key words:

consumer, consumer policy, consumer protection, food, healthy food

OBSAH

ÚVOD	9
1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ.....	10
1.1 Spotrebiteľ	10
1.2 Spotrebiteľské teórie a realie	12
1.3 Spotrebiteľská politika.....	14
1.1.1 Európsky program pre spotrebiteľov – Podpora dôvery a rastu na rok 2020	16
1.4 Spotrebiteľské práva	18
1.5 Právna regulácia ochrany spotrebiteľov	20
1.5.1 Európske spotrebiteľské centrum	25
1.5.2 Svetový deň spotrebiteľských práv	28
2 CIEĽ PRÁCE.....	30
3 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA.....	31
3.1 Charakteristika predmetu skúmania.....	31
3.2 Legislatívne nástroje Európskej únie pre potravinovú bezpečnosť	32
3.3 Legislatívne nástroje Slovenskej republiky pre potravinovú bezpečnosť	34
3.3.1. Orgány bezpečnosti potravín Európskej únie a Slovenskej republiky	35
3.4 Bezpečnostný potravinový systém.....	37
4 VÝSLEDKY PRÁCE	39
4.1 Potravinové škandály	39
4.2 Výsledky prieskumu	41
5 DISKUSIA.....	64
5.1 Vyhodnotenie výskumných otázok.....	64
5.2 Návrhy a odporúčania	65
ZÁVER	68
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	69
PRÍLOHY	72

ÚVOD

Problematika ochrany práv je dôležitá, keďže sa osobne týka nás všetkých. Každý z nás je spotrebiteľ, a jedným z cieľov spotrebiteľskej politiky je z nás vychovať vzdelaných a aktívnych spotrebiteľov, ktorí vedia kedy, kde a ako zbierať relevantné informácie, spracovávať ich a následne ich využívať na racionálne rozhodnutia, ktoré nám prinesú čo najvyšší úžitok. Ochrana práv spotrebiteľov v oblasti zdravých potravín je o to citlivejšia, že kvalita potravín priamo ovplyvňuje naše zdravie a kvalitu života. Nekvalitné a škodlivé potraviny môžu vážne ublížiť na zdraví a živote, preto je nutná zvýšená pozornosť kvalite potravín na slovenskom a európskom trhu.

Jedným z čiastkových cieľov záverečnej práce je definovanie základných pojmov, ktoré sa spájajú s oblasťou ochrany spotrebiteľa, základných práv spotrebiteľa, spotrebiteľskej politiky, spotrebiteľských teórií a reálií. Predstavíme právnu reguláciu ochrany spotrebiteľov na slovenskom a európskom trhu. Venovať pozornosť budeme aj Európskemu spotrebiteľskému centru, ktoré zohráva dôležitú poradenskú a mediátorskú úlohu pri riešení sporov medzi spotrebiteľmi a predajcami pre cezhraničných reklamáciách. Spomenieme aj najvýznamnejšiu svetovú spotrebiteľskú organizáciu Consumer International a Svetový deň spotrebiteľských práv, ktorého niektoré z predchádzajúcich ročníkov boli venované práve zdravým potravinám.

Teóriu následne aplikujeme v praktickej časti na oblasť zdravých potravín a budeme definovať a analyzovať legislatívne nástroje pre potravinovú bezpečnosť na slovenskom a európskom trhu. Taktiež budeme analyzovať odpovede dopytovania, získané formou elektronického dotazníka, ktorý bude skúmať predovšetkým povedomie spotrebiteľov v oblasti zdravých potravín. Na základe výsledkov stanovíme konkrétne odporúčania na zvýšenie povedomia spotrebiteľov v sfére zdravých potravín.

1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

Ochrana spotrebiteľa plní na trhu dôležitú úlohu. Bez nej by spotrebný trh nedokázal reflektovať potreby spotrebiteľov. Zároveň poskytuje verejne uznané práva spotrebiteľa na ochranu pred nebezpečnými výrobkami a zámernými pokusmi zneužívať prirodzene slabšiu pozíciu spotrebiteľa. Spotrebiteľia sú vo všeobecnosti jedinci, ktorí nemajú dostatok zdrojov alebo dostatočný prístup k informáciám o výrobkoch tak ako predajcovia, výrobcovia a dodávatelia. Regulácia ochrany spotrebiteľa pomocou stanovenia informačnej povinnosti výrobcu, predávajúceho a poskytovateľa služieb taktiež chráni spotrebiteľa pred neracionálnymi a nebezpečnými nákupnými rozhodnutiami. Informovaný a vzdelaný spotrebiteľ je jedným zo základov dobre fungujúceho trhu tovarov a služieb.

Hoci právo na zdravé a bezpečné potraviny patrí medzi základné práva spotrebiteľov, nie vždy sa spotrebiteľia stretávajú na trhu len so zdravými a bezpečnými potravinami. Hoci Slovenská republika venuje zvýšenú pozornosťou na bezpečnosť potravín, a má prísnejšie normy ako sú normy v Európskej únii, sú prípady kedy sa z členských štátov dostali na náš trh nebezpečné potraviny. Napriek všetkým legislatívnym opatreniam sa na trh dostávajú nebezpečné potraviny a spotrebiteľia ovplyvnený silným mediálnym tlakom na potravinové škandály cítia nedôveru voči potravinám a voči štátnej kontrole a dozore nad bezpečnosťou potravín.

1.1 Spotrebiteľ

Steffens uvádza vo svojej literatúre spotrebiteľa „predovšetkým kým ako zakončujúci člen reťazca, ktorý vytvára hodnoty od výroby po distribúciu (posledný používateľ)“.¹ Ďalej tiež uvádza, že sa na spotrebiteľa pozerá ako na bežného účastníka trhového hospodárstva, a ako na minimalistu svojich nákladov, maximalistu svojho prospechu, poberateľa rôznych výhod trhovej konkurencie a tiež výmenných vzťahov trhového hospodárstva. Spotrebiteľ je tiež chránenec štátneho obchodu. Na Slovensku je spotrebiteľ definovaný v Zákone o ochrane spotrebiteľa ako „fyzická osoba, ktorá nakupuje výrobky alebo používa služby pre priamu

¹ STEFFENS, Heiko. *Správanie spotrebiteľov a spotrebiteľská politika*. 2. vyd. Preložil Adriana HORNÍKOVÁ. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2006, 117 s. ISBN 80-225-1911-1.

osobnú spotrebu fyzických osôb, najmä pre seba a pre príslušníkov svojej domácnosti.“² Keďže pojem spotrebiteľ je často používaný a v literatúre je možné nájsť množstvo definícií, jednoznačné vymedzenie tohto pojmu nie je jednoduché. Všetky definície v literatúre sa však zhodujú v tom, že ide o fyzickú osobu, ktorá je postavená v role zákazníka alebo odoberateľa, a je obvyčajne v nevýhodnom postavení. Preto treba spotrebiteľa adekvátnym spôsobom chrániť.³

Pojem spotrebiteľ v ekonomickej teórii aj napriek existencií pomerne úskej väzby nie je možné zamieňať s pojmami zákazník, domácnosť či platca. Úloha zákazníka a úloha spotrebiteľa (konzumenta) nie sú identické. Spotrebiteľ je viac všeobecný pojem a zahŕňa všetku spotrebu, čiže aj spotrebu tovarov a služieb, ktoré si jednotlivец sám osobne nezakúpi. Zákazník je užší pojem, a označuje osobu, ktorá nakupuje a objednáva. Zákazník sa stáva platcom tým, že za statok (tovar alebo službu) zaplatí. Podľa Lexikónu obchodu je zákazníkom subjekt, ktorý nakupuje výrobky alebo služby od výrobcu. Subjektom môžu byť koneční spotrebitelia alebo inštitucionálni zákazníci, ktorí tvoria miesto združenej spotreby (domácnosti).⁴ Môžeme teda tvrdiť, že zákazník nemusí byť konečný spotrebiteľ, rovnako ako spotrebiteľ nemusí byť zákazníkom. Podľa Kuláčkovej je pre marketing podstatné poznať, kto je pri nákupnom rozhodovaní iniciátorom, kto je nákupca a kto spotrebiteľom.⁵

V ekonomickej teórii je možné nájsť množstvo definícií pojmu spotrebiteľ, pričom však všeobecne môžeme tvrdiť, že spotrebiteľ sa vyznačuje istými špecifickými znakmi a je to osoba, ktorá:

- koná, využíva služby a nakupuje tovary na vlastné potreby,
- je konečným konzumentom
- zámer jej konania je neprofesionálneho charakteru.⁶

² Zákon o ochrane spotrebiteľa. [online]. Dostupné na: <http://www.strategie.sk/files/dokumenty/zakony/Ochrana_spotrebiteľa.pdf>

³ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ, Martina MRÁZIKOVÁ a Andrej MIKLOŠÍK. *Ochrana spotrebiteľa*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, 9 s. [17,505 AH]. ISBN 978-80-225-3180-1.

⁴ VIESTOVÁ, Kristína, Jana ŠTOFILOVÁ, Petr CIMLER, et al. *Lexikón obchodu (1): trh, obchod, tovar*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2006, 46 s. ISBN 80-225-2131-0.

⁵ KULČÁKOVÁ, Marta a Kornélia RICHTEROVÁ. *Spotrebiteľ na trhu: faktory, stratégia, reakcie*. Bratislava: Sprint vfra, 1997, 14 s. Nová ekonómia. ISBN 80-88848-19-9.

⁶ KOTOUČOVÁ, Jiřina, Zbyněk ŠVARC. *Ochrana spotřebitele (vybrané otázky právní úpravy)*. Praha: Vydavatelství Oeconomica, 2007. s. 13. ISBN 978-80-245-1262-4.

Tomančáková vo svojej publikácii na základe definícií odvodzuje dve rôzne kategórie spotrebiteľa. Na základe tohto rozdelenia sa právo na ochranu spotrebiteľa vyvíja a líši v rôznych štátoch. V prvej kategórii alebo skupine môžeme spotrebiteľa považovať za dôverčivú a slabú osobu, a používa sa termín **pasívny spotrebiteľ**. Táto skupina vyžaduje vyššiu mieru ochrany prostredníctvom zákonných opatrení. Druhou skupinou je **aktívny spotrebiteľ**, ktorý dokáže racionálne uzatvárať kontrakty v rámci celého jednotného trhu. Ochranné opatrenia v rámci európskeho práva vychádzajú z ponímania aktívneho a informovaného spotrebiteľa. Hlavným cieľom právnych regulácií je preto transparentnosť a dobrá informovanosť. Zjednocovanie práva v Európskej únii, po formálnej aj taktickej stránke viedlo k potrebe zjednotiť ponímanie pojmu spotrebiteľ, ktorý má byť chránený, keďže je slabší účastník. Európska únia vytvorila zjednotenú definíciu pojmu spotrebiteľ, keďže jednotlivé členské štáty mali svoje vlastné definície. Podľa definície v práve Európskej únie je spotrebiteľ dobre informovaná osoba, ktorá slobodne a samostatne vyhľadáva informácie, na základe získaných informácií je schopná a ochotná sama rozhodovať o zmluvných vzťahoch na svoje vlastné riziko. Európsky súdny dvor vníma spotrebiteľa ako dostatočne informovaného a obozretného; osobu ktorá si kriticky číta zmluvy a využije všetky dostupné informácie ešte predtým, než sa rozhoduje o uzavretí zmluvy a o podmienkach.⁷

1.2 Spotrebiteľské teórie a realie

Účelom spotrebiteľskej politiky Európskej únie je predovšetkým zlepšiť kvalitu všetkých svojich obyvateľov, a základným cieľom je zabezpečiť bezpečnosť a zdravie spotrebiteľov, a presadzovať ich záujmy. Problematika predmetu spotrebiteľských reálií a spotrebiteľských teórií sa vo svojej podstate sústreďuje na ochranu, informovanie a vzdelávanie spotrebiteľa. Oblasťou skúmania sú základné práva spotrebiteľov, inštitucionálne zabezpečovanie ochrany ako v Európskej únii, tak aj v Slovenskej republike. Základom samotnej problematiky je dôkladná znalosť zákonov a právnych predpisov v danej krajine, aj celej Európskej únii. Hraško vo svojej literatúre uvádza, že **spotrebiteľské teórie**: „zahrňujú

⁷ TOMANČÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde Praha, 2008, 16-17 s. ISBN 978-80-7101-695-2.

prístupy viacerých vedných odborov ku skúmaniu spotrebiteľa. Tieto prístupy môžu byť na makroekonomickej aj mikroekonomickej úrovni“.⁸

Spotrebiteľské reálie sú chápané ako prostredie a podmienky, kde osoba vystupuje vo svojej aktívnej alebo pasívnej spotrebiteľskej funkcii. Reálie sa týkajú najmä práv spotrebiteľov a skúmajú ďalšie významné prvky, ktoré na spotrebiteľské reálie pôsobia. Pre reálie je podstatné využívať nástroje ochrany spotrebiteľa a spotrebiteľskej politiky. Spotrebiteľské reálie spočívajú z troch častí, a to zo spotrebiteľského práva a legislatívy, z dokumentov Európskej únie a z inštitucionálneho zabezpečenia spotrebiteľskej politiky. Zo štruktúry reálií vyplýva, že je potrebné venovať pozornosť najprv právnemu rámcu a právu ochrany spotrebiteľa, a premietnuť ich do smerníc Európskej únie. Je dôležité informovať spotrebiteľov tak, aby poznali a chápali svoje práva, a vedeli sa orientovať v zákonoch, vyhláškach a nariadeniach vlády. Zvyšovaním vzdelanosti a informovanosti spotrebiteľov prostredníctvom systémov vzdelávania spotrebiteľov získame vzdelaného spotrebiteľa, ktorý je schopný sa brániť, dokáže reagovať na podnety trhu a vie, na koho sa má obrátiť v prípadoch sporov.⁹

Znalosti o správaní spotrebiteľov sú obsiahnuté vo viacerých vedných odboroch, napríklad v ekonómii, marketingu, psychológii, matematike, informatike, technike, pričom každý z uvedených odborov sa venuje spotrebiteľskej politike a skúmaniu spotrebiteľa podľa svojho zamerania (napríklad z hľadiska vplyvu, orientácie, správania a podobne). V ekonomickej teórii je vymedzená podstata spotrebiteľského správania, pričom ide buď o denné rozhodnutia (automatické, bez rozmýšľania) alebo o dlhodobé rozhodnutia, kedy spotrebiteľ hľadá dostatok informácií a tie potom logicky využíva pri svojich rozhodnutiach. Na vzťah ku spotrebiteľovi sa dá pozeriť z hľadiska makroekonomického a mikroekonomického. Makroekonómia sa venuje existenčným otázkam racionálneho spotrebiteľa, skúma ponuku, dopyt, spotrebu, ceny, infláciu, HDP, vplyv trhu, kvalitu života a podobne. Mikroekonómia a predovšetkým marketing sa koncentruje na spotrebiteľa a jeho správanie, skúma prvky a proces správania spotrebiteľa, mieru spokojnosti po nákupe, rozhodovanie pri nákupe, vplyv

⁸ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ, Martina MRÁZIKOVÁ a Andrej MIKLOŠÍK. *Ochrana spotrebiteľa*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, 24 s. [17,505 AH]. ISBN 978-80-225-3180-1.

⁹ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ, Martina MRÁZIKOVÁ a Andrej MIKLOŠÍK. *Ochrana spotrebiteľa*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, 25 s. [17,505 AH]. ISBN 978-80-225-3180-1.

na stratégie podnikov a podobne. Skúma a sleduje vplyv prostredia na správanie a rozhodovanie spotrebiteľa pri nákupe, skúma vplyv výchovy a kultúry. Všeobecne ekonómia predpokladá, že osoba sa správa racionálne, pričom ponuka tovaru aj potreby spotrebiteľa sú nekonečné, avšak zdroje spotrebiteľa sú obmedzené.¹⁰

1.3 Spotrebiteľská politika

Hlavným cieľom spotrebiteľskej politiky je vo všeobecnosti ochrana záujmov spotrebiteľa, a to predovšetkým pred nebezpečnými výrobkami, nekalými a nečestnými praktikami, pred dohodami podnikateľov. Dôležitá je ale aj výchova spotrebiteľa a zvyšovanie informovanosti. Opatrenia slúžiace v prospech záujmov spotrebiteľa sú uskutočniteľné vo všetkých sociálno-ekonomických podmienkach, avšak miera týchto opatrení závisí od stupňa rozvoju trhovej ekonomiky. Ručiteľom spotrebiteľskej politiky je štát.¹¹ Ochrana spotrebiteľa, ktorá je hlavnou podstatou spotrebiteľskej politiky, je spôsob, akým sa ochraňujú záujmy spotrebiteľa a zabezpečujú sa jeho potreby. Súčasťou spotrebiteľskej politiky a aj ochrany je informovanie spotrebiteľa o tovaroch a službách, a následné ovplyvnenie rozhodovanie a konanie spotrebiteľa dostatočnou informovanosťou. Spôsob získavania informácií môže byť odlišný medzi jednotlivými skupinami spotrebiteľov, závisí predovšetkým od vekovej kategórie spotrebiteľa, ale napríklad aj miery vzdelania. Cieľom je správny výber a spokojnosť spotrebiteľa.

Podľa Hrašku môžeme spotrebiteľská politika pozostáva z¹²:

- spotrebiteľského vzdelávania
- spotrebiteľských informácií.

¹⁰ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ, Martina MRÁZIKOVÁ a Andrej MIKLOŠÍK. *Ochrana spotrebiteľa*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, 27-28 s. [17,505 AH]. ISBN 978-80-225-3180-1.

¹¹ ŠÍBL, Drahoš, Peter BALÁŽ, Elena BEŇOVÁ, et al. *Veľká ekonomická encyklopédia: výkladový slovník A-Z*. 2. rozš. vyd. Bratislava: Sprint vŕa, 2002, 326 s. ISBN 80-89085-04-0.

¹² HRAŠKO, Pavel, Blanka BABOĽOVÁ, Darina ELIAŠOVÁ, et al. *Spotrebiteľské teórie a realie*. Bratislava: Ekonomická univerzita, 1995, 165 s.. ISBN 80-225-0631-1.

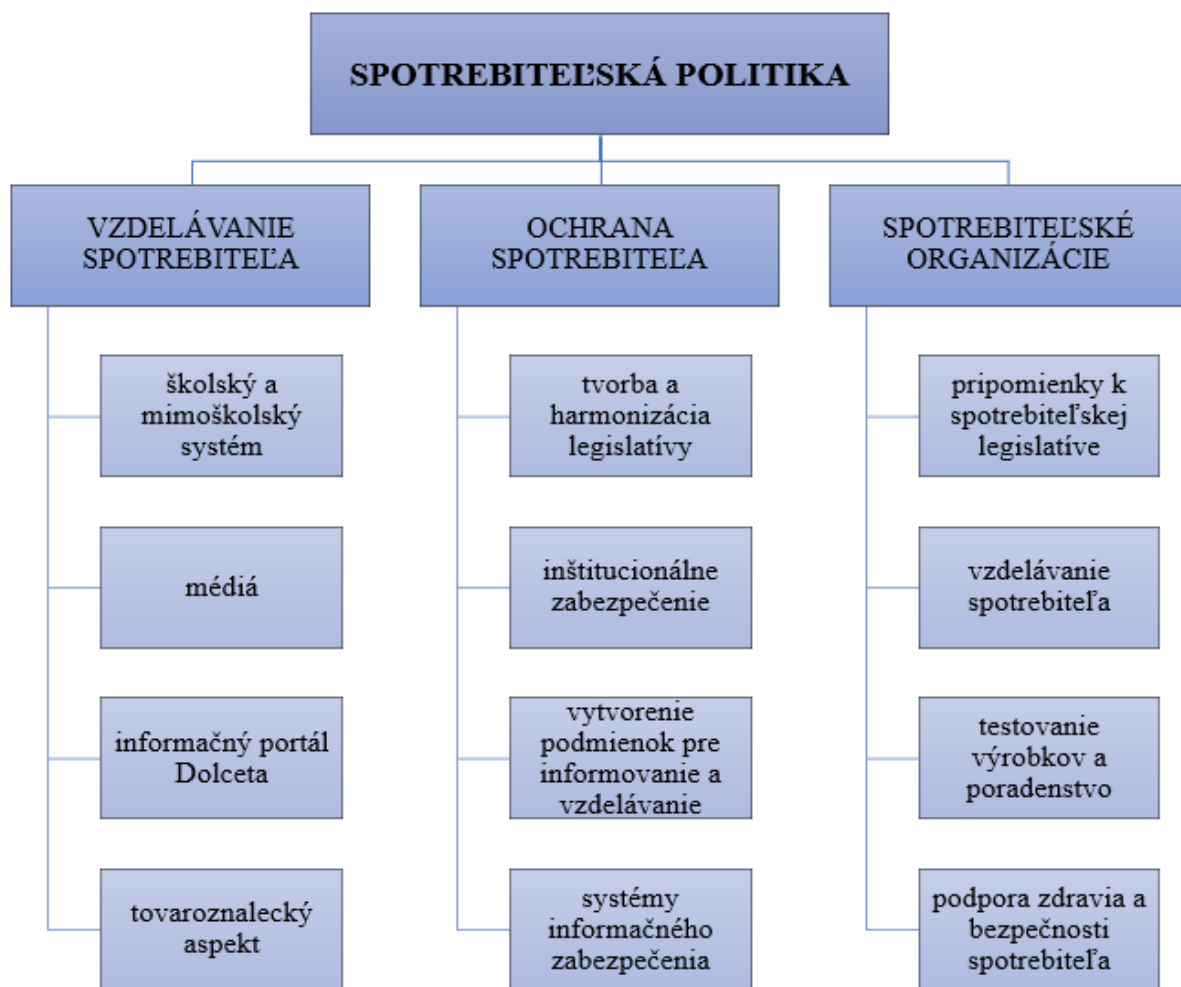
Hraško taktiež vo svojej literatúre uvádza zásady spotrebiteľskej politiky, ktoré „poskytujú nástroj na skúmanie zlyhaní trhu zo spotrebiteľského hľadiska..., nástroj na diagnostikovanie nápravnej akcie“. Uvádza, že k zásadám spotrebiteľskej politiky patria¹³:

- prístup,
- výber,
- informácia,
- odškodnenie,
- bezpečnosť,
- spravodlivosť, rovnosť,
- zastúpenie.

Existuje veľmi úzka väzba medzi nástrojmi spotrebiteľskej politiky, avšak v praxi sa jednotlivé nástroje politiky posudzujú samostatne. Najdôležitejším nástrojom spotrebiteľskej politiky sa považuje ochrana spotrebiteľa. V prostredí Európskej únie ju zabezpečuje systém legislatívnych opatrení a inštitúcií. Predpokladom a východiskom účinnej ochrany spotrebiteľa je jeho vzdelávanie a informovanie. Vo výraznej miere formuje úroveň spotrebiteľského povedomia (legislatívna gramotnosť, poznanie spotrebiteľských práv, správnosť postupu pri riešení reklamácií) a tovaroznalecký aspekt, na základe ktorého sa spotrebiteľ racionálne rozhoduje pri kúpe tovarov a služieb. Vzdelávaním spotrebiteľa rozvíjame jeho schopnosti získavať relevantné informácie, pochopiť ich, pracovať s informáciami a triediť ich tak, aby boli užitočné pre jeho potreby a rozhodovanie. Spotrebiteľské organizácie pomáhajú zabezpečovať podporu spotrebiteľských záujmov, podporujú vymožitelnosť práva a chránia ekonomické a právne záujmy spotrebiteľov. Podpora záujmov spotrebiteľov je zabezpečovaná predovšetkým šírením informácií, zvyšovanie úrovne spotrebiteľského vzdelávania a spolupráca s inštitúciami. Vzťah medzi nástrojmi spotrebiteľskej politiky je znázornený graficky na obrázku č. 1.

¹³ HRAŠKO, Pavel, Blanka BABOĽOVÁ, Darina ELIAŠOVÁ, et al. *Spotrebiteľské teórie a realie*. Bratislava: Ekonomická univerzita, 1995, 166 s. ISBN 80-225-0631-1. s. 35

Obrázok č. 1: Nástroje spotrebiteľskej politiky



Zdroj: vlastné spracovanie podľa MRÁZIKOVÁ, M. a kol. *Ochrana spotrebiteľa*.

Ako môžeme vidieť na schéme č. 1, spotrebiteľská politika má všeobecnejší charakter ako ochrana spotrebiteľa, ktorá má praktický dosah na spotrebiteľa a konkretizovaný obsah. V teórii a v praxi sa ochrana spotrebiteľa posudzuje častejšie samostatne a pomerne nezávisle od spotrebiteľskej politiky.

1.1.1 Európsky program pre spotrebiteľov – Podpora dôvery a rastu na rok 2020

Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky vypracovalo stratégiu v oblasti spotrebiteľskej politiky na roky 2014 – 2020, ktorá napomáha k dosahovaniu cieľov budúcej politiky ochrany práv spotrebiteľov Európskej únie, ktorá stavia spotrebiteľa do ústredia

jednotného trhu. Spotrebiteľia sú totiž rozhodujúci pre zabezpečenie udržateľného, inteligentného a inkluzívneho hospodárskeho rastu v Európskej únii. Jedným z nástrojov na zabezpečenie zosúladeného postupu členských štátov Európskej únie v oblasti ochrany práv spotrebiteľov je Európsky program pre spotrebiteľov – Podpora dôvery a rastu, ktorý predstavuje súhrnný dokument, ktorý prepája krátkodobé opatrenia s dlhodobou stratégiou na riešenie základných práv občanov Európskej únie, s cieľom podnietiť rast a dôveru, a súčasne podporiť stratégiu Európa 2020. Európsky program pre spotrebiteľov – Podpora dôvery a rastu na rok 2020 obsahuje 4 primárne ciele, a to sú¹⁴:

- *Zlepšenie bezpečnosti spotrebiteľov* a zabezpečenie bezpečných výrobkov, služieb alebo potravín je jedným z hlavných cieľov spotrebiteľskej politiky.
- *Posilnenie informovanosti spotrebiteľov* je predovšetkým v súčasnom rýchlo meniacom sa svete potrebné, keďže spotrebiteľia sú často zahltený informáciami, avšak nemusia mať nevyhnutne relevantné informácie, ktoré potrebujú. Ak sa postavenie spotrebiteľov má zmeniť k lepšiemu, musia byť poskytnuté spoľahlivé, jasné a porovnateľné informácie, a zabezpečiť aj nástroje na pochopenie týchto informácií.
- *Zlepšenie vykonávania, zintenzívnenie presadzovania a zaistenie nápravy*, čo napomôže úspešnosti jednotnému trhu, pre ktorú je nevyhnutné zvýšenie dôvery trhových účastníkov v efektívne a účinné presadzovanie a uplatňovanie ich práv.
- *Zosúladenie práv a kľúčových politík s hospodárskymi a spoločenskými zmenami*. Je potrebné zabezpečiť, aby mali v dnešnom trhovom prostredí spotrebiteľia dôveru v elektronické nákupy tradičného tovaru, alebo služieb, rovnako ako aj digitálneho obsahu. Predpisy na ochranu práv spotrebiteľov by mali byť preto aktualizované tak, aby zodpovedali požiadavkám meniacich sa trhov, a aby zohľadňovali nové vedomosti z behaviorálnych vied o spotrebiteľskom správaní.

¹⁴ Ministerstvo hospodárstva SR: Návrh Stratégie spotrebiteľskej politiky Slovenskej republiky na roky 2014 – 2020 [online]. Dostupné na: <<https://www.mhsr.sk/uploads/files/j7uFbSII.pdf>>

1.4 Spotrebiteľské práva

Obchodné vzťahy medzi obchodníkom a spotrebiteľom sa líšia na jednotlivých trhoch členských krajín Európskej únie. Genéza ochrany práv spotrebiteľov sa zakladá na základných práv spotrebiteľov. Vznik ochrany práv môžeme datovať v druhej polovici 19. storočia ako reakciu na rôzne škandály firiem v USA, pre ktoré vznikla potreba ochrany spotrebiteľov. Na základe podnetu kongres navrhol uzákonenie ochrany spotrebiteľov. Základné práva spotrebiteľov v roku 1962 vyhlásil prezident USA John Fitzgerald Kennedy, a boli to¹⁵:

- právo na bezpečnosť,
- právo byť informovaný,
- právo na výber,
- právo byť vypočutý.

Spotrebiteľské práva doplnil neskôr americký prezident Lyndon Baines Johnson o:

- právo na spotrebiteľskú výchovu.

Svetová spotrebiteľská organizácia doplnila vývojovú genezu spotrebiteľských práv o:

- právo na uspokojovanie základných potrieb,
- právo na náhradu,
- právo na zdravé životné prostredie.

Valné zhromaždenie OSN prijalo v roku 1985 na základe iniciatívy Medzinárodnej organizácie spotrebiteľských zväzkov smernicu k 15. marcu, čo je Svetový deň práv spotrebiteľov. Táto smernica formuje principiálne východiská k právam spotrebiteľov. Základnými právami spotrebiteľov podľa smernice OSN sú¹⁶:

1. *právo na uspokojovanie základných potrieb* – predstavuje právo na primeranú stravu, strechu nad hlavou, obliekanie, zdravotnú starostlivosť, duševné zdravie a vzdelanie;

¹⁵ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ, Martina MRÁZIKOVÁ a Andrej MIKLOŠÍK. *Ochrana spotrebiteľa*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, 43 s. [17,505 AH]. ISBN 978-80-225-3180-1.

¹⁶ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ, Martina MRÁZIKOVÁ a Andrej MIKLOŠÍK. *Ochrana spotrebiteľa*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, 43-44 s. [17,505 AH]. ISBN 978-80-225-3180-1.

2. *právo na bezpečnosť produktov* – ochraňuje spotrebiteľa pred službami a výrobkami, ktoré predstavujú potenciálne riziko ohrozenia jeho zdravia alebo života,
3. *právo na informácie* – zaisťuje spotrebiteľovi prístup k informáciám, chráni pred klamlivou a nečestnou reklamou, nadobúda údaje potrebné na racionálne a zodpovedné rozhodovanie,
4. *právo na výber* – umožňuje spotrebiteľovi prístup k rôznorodým výrobkom a na základe dostatku informácií vyberať si z množstva tovarov a služieb, pričom uspokojivá kvalita ostáva zaručená,
5. *právo byť vypočutý* – spotrebiteľ má právo byť zastupovaný pri jednaní s úradmi, uplatňovať svoje spotrebiteľské záujmy,
6. *právo na náhradu* – zaručuje vybavovanie sťažností, kompenzácie za vady alebo nedostatky pri nákupe (predovšetkým za neuspokojivé služby a vadné, nepodarkové tovary),
7. *právo na spotrebiteľskú výchovu* – schopnosť spotrebiteľa získať relevantné a správne informácie, a vyžiť ich na správny a spoľahlivý výber tovarov a služieb závisí na poznaní faktorov, ktoré ovplyvňujú rozumné spotrebiteľské rozhodovanie,
8. *právo na zdravé životné prostredie* – spotrebiteľ má právo žiť v prostredí, ktoré nie je ohrozené pre súčasné a ani budúce generácie.

V roku 1975 Rada Európskeho hospodárskeho spoločenstva (EHS) sformulovala a deklarovala v Prvom programe o politike a informovaní spotrebiteľa päť základných práv spotrebiteľa, z ktorých vyplývalo, že záujmy o ochranu spotrebiteľa a program sociálnej podpory spotrebiteľa má dosah za hranice zabezpečenia vnútorného jednotného trhu. K tomu viedla aj otvorenosť trhu, ktorá predstavuje zvýšené riziko pre spotrebiteľa a je nutná vyššia ochrana a prevencia. Jednotlivé práva spotrebiteľa podľa EHS z roku 1975 sú nasledujúce:

- **právo na ochranu zdravia a bezpečnosti** – zaručuje spotrebiteľom ochranu pred nebezpečnými výrobkami, službami a výrobnými technológiami. pričom môže ísť o výrobky, ktoré sú zdraviu alebo životu nebezpečné. V Európskej únii je využívaný systém RAPEX, ktorý zaisťuje rýchlu výmenu informácií o nebezpečných výrobkoch nepotrebinárskeho charakteru, a je povinný pre všetky členské štáty Európskej únie.

- **právo na ochranu ekonomických záujmov** – garantuje spotrebiteľom ochranu pred zneužívaním vplyvu predávajúceho, pričom sa to týka predovšetkým neprimeraných úverových podmienok, neštandardných zmlúv alebo intenzívnych predajných metód.
- **právo na náhradu škody** – zaručuje spotrebiteľovi kompenzáciu za škodu zapríčinenú chybným výrobkom. Výrobca je zodpovedný za škody spôsobené pri používaní výrobku. Odškodnenie môže byť formou finančnej náhrady (škoda na zdraví), alebo formou výmeny tovaru za nový, opravy poškodeného tovaru.
- **právo na informácie a vzdelávanie** – právo a nárok na dostatočné informácie o výrobkoch, službách, pričom ide predovšetkým o informácie týkajúce sa kvality, kvantity, charakteru či ceny výrobku a tovaru.
- **právo na kolektívne zastúpenie** – spotrebiteľia majú právo na zastupovanie oprávnenými spotrebiteľskými a mimovládnyimi spotrebiteľskými organizáciami pri riešení problémov.

V súvislosti s právami spotrebiteľov Európska únia vydala 10 základných odporúčaných zásad, ktoré sú uvedené v prílohe záverečnej práce. Ako môžeme vidieť, sú rôzne pramene a varianty práv spotrebiteľa, ktoré nie sú harmonizované, pričom to môže byť pre bežného spotrebiteľa mätúce a nejednoznačné.

1.5 Právna regulácia ochrany spotrebiteľov

Obsahovou podstatou právnej ochrany spotrebiteľa sú „práva a povinnosti subjektov zapojených do spotrebiteľských vzťahov“¹⁷. Účastníci spotrebiteľských vzťahov, ktorí sú vo vzájomnom postavení dlžníka a veriteľa, majú ku každému priznanému právu zodpovedajúcu stanovenú povinnosť. Spotrebiteľ má napríklad právo na služby a výrobky vo vyhovujúcej kvalite, ochranu svojho zdravia, bezpečnosti a ekonomických záujmov, právo na informácie, vzdelávanie a tiež právo na náhradu škody. Povinnosti predávajúceho teda je predávať výrobky alebo poskytovať služby v kvalite stanovenej príslušnými právnymi predpismi, predávať bezpečné výrobky, predávať výrobky viditeľne označené s uvedenými relevantnými informáciami, predávať výrobky alebo poskytovať služby za dohodnuté ceny, ktoré sú v súlade

¹⁷ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. *Spotrebiteľská politika I*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014, 19 s. [14,33 AH]. ISBN 978-80-225-3950-0.

s cenovými predpismi, nahradiť škodu zavinenú vadným výrobkom alebo vadným poskytnutím služby. Medzi *pramene právnej regulácie ochrany spotrebiteľov na Slovensku* zaradíme:

- „medzinárodné zmluvy, ktoré boli ratifikované a vyhlásené spôsobom ustanoveným v zákone, t.j. zmluvy prijaté podľa:
 - článku 7 ods. 2 Ústavy Slovenskej republiky;¹⁸
 - článku 7 ods. 4 Ústavy Slovenskej republiky;¹⁹
- nariadenia Európskej rady a Európskej komisie;
- smernice Európskeho parlamentu, Európskej rady a Európskej komisie;
- Ústavu Slovenskej republiky;
- zákony upravujúce predmet ochrany spotrebiteľa;
- nariadenia vlády SR upravujúce predmet ochrany spotrebiteľa;
- vyhlášky upravujúce predmet ochrany spotrebiteľa.
- iné sekundárne normatívne právne akty vydané ústrednými orgánmi štátnej správy, ak upravujú predmet ochrany spotrebiteľa.“²⁰

Spotrebiteľskými vzťahmi sú tie, ktoré vznikajú medzi spotrebiteľmi, združeniami spotrebiteľov alebo ostatnými právnickými osobami slúžiacimi na ochranu spotrebiteľa na jednej strane, a na strane druhej výrobcami, predávajúcimi, dodávateľmi alebo dovozcami, za súčasnej kontroly a dozoru orgánmi verejnej moci. Pramene práva Slovenskej republiky, ktoré tvoria komplex právnych noriem upravujúcich tieto spotrebiteľské vzťahy, môžeme rozdeliť na *primárne normatívne právne akty*, ktoré sú prijímané Národnou radou Slovenskej republiky (zákony, ústavné zákony) a *sekundárne normatívne právne akty*, prijímané sekundárnym štátnym orgánom - vládou, ministerstvom (vyhlášky, nariadenia, opatrenia). Primárnymi normatívnymi právnymi aktmi, ktoré sú v postavení *lex generalis* (všeobecný zákon – horizontálne prierezové predpisy), a ktoré formujú hmotnoprávne postavenie subjektov v spotrebiteľských vzťahoch sú:

- Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník.

¹⁸ Medzinárodné zmluvy ktorými, alebo na základe ktorých, Slovenská republika preniesla výkon časti svojich práv na Európske spoločenstvá a Európsku úniu

¹⁹ Medzinárodné zmluvy spravidla hospodárskej a politickej povahy, alebo medzinárodné zmluvy, ktoré priamo zakladajú práva alebo povinnosti fyzických alebo právnických osôb, vyžadujúce si pred ratifikáciou súhlas NRSR

²⁰ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. *Spotrebiteľská politika I*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014, 69 s. [14,33 AH]. ISBN 978-80-225-3950-0.

- Zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník.

Primárnymi normatívnymi právnymi aktmi, ktoré sú v postavení *lex specialis* (špeciálny zákon – vertikálne predpisi), a formujú hmotnoprávne postavenie subjektov v spotrebiteľských vzťahoch sú predovšetkým²¹:

- Zákon o ochrane spotrebiteľa (č.250/2007 Z.z.)
- Zákon o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov (č.102/2014 Z.z.)
- Zákon o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa (č.128/2002 Z.z.)
- Zákon o reklame (č.147/2001 Z.z.)
- Zákon o elektronickom obchode (č.22/2004 Z.z.)
- Zákon o podmienkach predaja výrobkov a poskytovania služieb na trhovách miestach (č.178/1998 Z.z.)
- Zákon o spotrebiteľských úveroch a iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov (č.129/2010 Z.z.)
- Zákon o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr (č.281/2001 Z.z.)
- Zákon o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku (č. 266/2005 Z.z.)
- Zákon o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu (č.161/2011 Z.z.)
- Zákon o bezpečnosti hračiek (č.78/2012 Z.z.)

Sekundárnymi normatívnymi aktmi, ktoré formujú hmotnoprávne postavenie subjektov v spotrebiteľských vzťahoch sú napríklad vyhlášky Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky, alebo nariadenia vlády Slovenskej republiky. Uvedieme si len pár príkladov:

- nariadenie vlády Slovenskej republiky o všeobecnej bezpečnosti výrobkov (č.404/2007 Z.z.),

²¹ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. *Spotrebiteľská politika I*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014, 32 s. [14,33 AH]. ISBN 978-80-225-3950-0.

- vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky, ktorou sa vykonávajú niektoré ustanovenia zákona č.78/2012 Z.z. o bezpečnosti hračiek (č.225/2013 Z.z.)

Okrem uvedených právnych predpisov obsahuje právny poriadok mnoho ďalších predpisov, ktoré sa týkajú spotrebiteľov a ich postavenia v spotrebiteľských vzťahoch. Tieto predpisy umožňujú detailnejšiu úpravu povinností a práv subjektov v konkrétnych situáciách. Medzi takéto dôležité právne predpisy, zasahujúce do spotrebiteľských vzťahov, môžeme zaradiť Zákon o potravinách (č.152/1995 Z.z.), Zákon o cenách (č.18/1996 Z.z.), Zákon o energetike (č.251/2012 Z.z.) a mnohé ďalšie. Okrem toho ochranu spotrebiteľa na našom území zabezpečujú aj vyhlášky, nariadenia a smernice Európskej únie. Základným východiskovým sekundárnym prameňom práva v Slovenskej republike v oblasti ochrany spotrebiteľa je Zákon o ochrane spotrebiteľa (č.250/2007 Z.z.), pričom však v určitých oblastiach úzko nadväzuje na iné zákony a vyhlášky, čo môže byť pre bežného spotrebiteľa náročné na vyhľadávanie relevantných informácií. Tento zákon nadobudol platnosť 6. júna 2007 a účinnosť nadobudol 1. júla 2007. Tento zákon „upravuje práva spotrebiteľov a povinnosti výrobcov, predávajúcich, dovozcov a dodávateľov, pôsobnosť orgánov verejnej správy v oblasti ochrany spotrebiteľa, postavenie právnických osôb založených alebo zriadených na ochranu spotrebiteľa a označovanie výrobkov cenami.“²². Samotný zákon tiež uvádza definíciu základných pojmov v danej tematike a obsahuje **zákonom ustanovené práva spotrebiteľov**, ktoré sú nasledovné:

- *právo na výrobky a služby bežnej kvality*, pričom bežnou kvalitou sa rozumie taká kvalita, ktorá zaisťuje zachovanie všetkých vlastností výrobku alebo služby, ktoré sú potrebné pre jeho bezprostredné používanie a splňajú očakávania spotrebiteľa;
- *právo na náhradu škody*, pokiaľ sú splnené vymedzené kritériá;
- *právo na reklamáciu* za vopred stanovených podmienok, s ktorými má byť spotrebiteľ uzročený pri uzatváraní kúpnej zmluvy alebo pri kúpe. Predávajúci je povinný poskytnúť spotrebiteľovi informácie o podmienkach uplatnenia reklamácie a o jej spôsobe. Reklamačný poriadok musí byť sprístupnený spotrebiteľom na viditeľnom mieste;

²² DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ, Martina MRÁZIKOVÁ a Andrej MIKLOŠÍK. *Ochrana spotrebiteľa*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, 98 s. [17,505 AH]. ISBN 978-80-225-3180-1.

- *právo na informácie* je zabezpečované povinnosťou orgánov verejnej správy zverejňovať právoplatné rozhodnutia vo veciach, ktoré sa týkajú ustanovení zákona o ochrane spotrebiteľa;
- *právo na vzdelávanie*;
- *právo na ochranu zdravia, bezpečnosti a ekonomických záujmov*;
- *právo na podávanie podnetov a sťažností orgánov dozoru, dohľadu a kontroly a obci pri porušení zákonom priznaných práv spotrebiteľa*, pričom orgánmi verejnej moci v oblasti ochrany práv spotrebiteľov sú
 - Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky
 - orgány dozoru
 - príslušné orgány podľa osobitných predpisov
 - obce;
- *právo na ochranu pred neprijateľnými podmienkami v spotrebiteľských zmluvách*;
- *právo združovať sa spolu s inými spotrebiteľmi v združeniach* a za pomoci týchto združení presadzovať a chrániť opodstatnené záujmy spotrebiteľov a uplatňovať práva zo zodpovednosti proti osobám, ktoré zavinili škodu na spotrebiteľských právach;
- *právo domáhania sa ochrany svojich práv proti porušiteľovi súdnou cestou* - na súde môže voči porušiteľovi domáhať, aby sa porušiteľ zdržal protiprávneho konania. Osoba, ktorá súdnou cestou úspešne uplatní porušenie práv alebo povinností ustanovených zákonom má právo na adekvátnu finančnú kompenzáciu od toho, kto zodpovedá za porušenie práv alebo povinností ustanovených zákonom a osobitnými predpismi;
- *právo obrátiť sa s cieľom ochrany svojich spotrebiteľských práv na subjekt alternatívneho riešenia sporov*, pričom subjekt alternatívneho riešenia spolupracuje so spotrebiteľom počas riešenia sporov v záujme čo najrýchlejšieho riešenia sporu. Ak sa jedná o spor presahujúci hranice štátu, spotrebiteľ sa môže obrátiť na Európske spotrebiteľské centrum.²³

Okrem práv spotrebiteľov stanovuje zákon o ochrane spotrebiteľov aj povinnosti predávajúcich, ktoré sú povinní dodržiavať. Medzi tieto povinnosti patria napríklad povinnosť

²³ Zákon o ochrane spotrebiteľa. [online]. Dostupné na: <http://www.strategie.sk/files/dokumenty/zakony/Ochrana_spotrebiteľa.pdf>

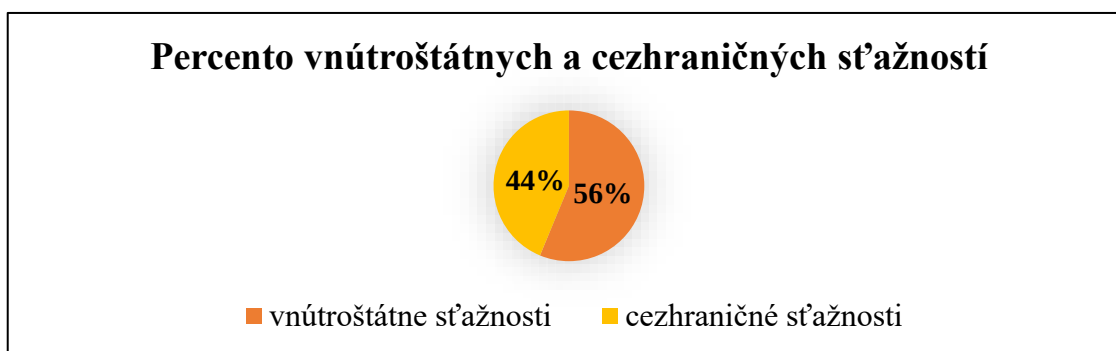
predávať výrobky v náležitej hmotnosti, miere alebo množstve, a zabezpečiť spotrebiteľovi možnosť overenia si správnosť týchto údajov. Predávajúci alebo výrobca musí predávať výrobky alebo poskytovať služby v bežnej kvalite, zodpovedajúcej racionálne očakávania spotrebiteľov. Výrobky alebo služby musia byť predávané za dohodnuté ceny. Hygienické podmienky pri predaji musia byť zabezpečené na úrovni, akú si vyžaduje daný výrobok alebo služba. Taktiež musí byť zabezpečené dodržanie podmienok skladovania tovaru pred predajom tak, aby nedošlo k znehodnoteniu výrobku. Ak to povaha výrobku umožňuje, predávajúci má predviesť spotrebiteľovi výrobok. Predávajúci je tiež povinný poskytnúť požadovanú spoluprácu Európskemu spotrebiteľskému centru v prípade riešenia cezhraničnej reklamácie medzi predávajúcim a spotrebiteľom.

1.5.1 *Európske spotrebiteľské centrum*

Európske spotrebiteľské centrum (skrátene ESC) vzniklo zlúčením siete Mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov a siete Európske spotrebiteľské informačné centrá (Euroguichet). Poslaním ESC je zvýšenie dôvery spotrebiteľov v nakupovanie mimo hraníc krajiny, a pomáhanie spotrebiteľom využívať výhody jednotného trhu. ESC poskytuje bezplatnú pomoc spotrebiteľom, ktorí majú problémy s cezhraničnými nákupmi v rámci Európskej únie, v Nórsku alebo na Islande. Sieť európskych spotrebiteľských centier sa skladá z tridsiatich centier vo dvadsiatich ôsmich členských štátoch Európskej únie, v Nórsku a na Islande. Tieto centrá ponúkajú spotrebiteľom bezplatné poradenstvo, informácie a pomoc spotrebiteľom, ktorí majú problémy s cezhraničnými nákupmi. Sieť pomáha zabezpečovať rešpektovanie práv spotrebiteľov a využívanie výhod vnútorného trhu. ESC sa svojou činnosťou snaží o zvýšenie dôvery spotrebiteľov v cezhraničný obchod v rámci štátov Európskej únie, a prispievať k tomu, aby spotrebiteľia lepšie chápali a uplatňovali svoje práva, ktoré majú ako európski občania, a aby čo najviac profitovali z európskeho vnútorného trhu. ESC zaručuje, aby sa právne predpisy, ktoré upravujú cezhraničné nákupy, boli správne chápané a rešpektované. ESC však nevystupuje v prípade riešenia sporov súdnou cestou ako právny zástupca a tiež nedisponuje donucovacou pravomocou. Služi predovšetkým ako poradca pre spotrebiteľov, a zároveň sa môže pokúsiť prípadný spor riešiť formou presvedčenia predávajúceho. Na internetovej stránke Európskeho spotrebiteľského centra môže spotrebiteľ priamo podať sťažnosť, pričom stránka je vyvorená prehľadne pre spotrebiteľa. Obsahuje základné pokyny, ako spotrebiteľ môže podať

sťažnosť a aké všetky dokumenty k tomu potrebuje. Stránka okrem toho poskytuje aj často kladené otázky v oblastiach ako napríklad nakupovanie online, práva cestujúcich, cezhraničné nákupy a podobne. Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky v tlačovej správe z 18. februára 2019 uvádza, že v roku 2017 využilo služby ESC na Slovensku 1 233 spotrebiteľov, z toho v 543 prípadoch išlo o riešenie cezhraničných spotrebiteľských sporov.²⁴ Poslednú štatistiku úspešnosti riešenia sporov poskytuje na svojej stránke samotné ESC, naposledy za rok 2016. V roku 2016 sa na ESC v Slovenskej republike celkovo obrátilo 891 spotrebiteľov, z toho ESC poskytlo pomoc pri riešení cezhraničného spotrebiteľského sporu 439 spotrebiteľom. V danom roku bolo ukončených 375 prípadov s celkovou úspešnosťou 70,93 %. Doba riešenia jedného prípadu trvala priemerne 59 dní.²⁵

Graf č. 1: Podiel vnútroštátnych a cezhraničných sťažností za rok 2018



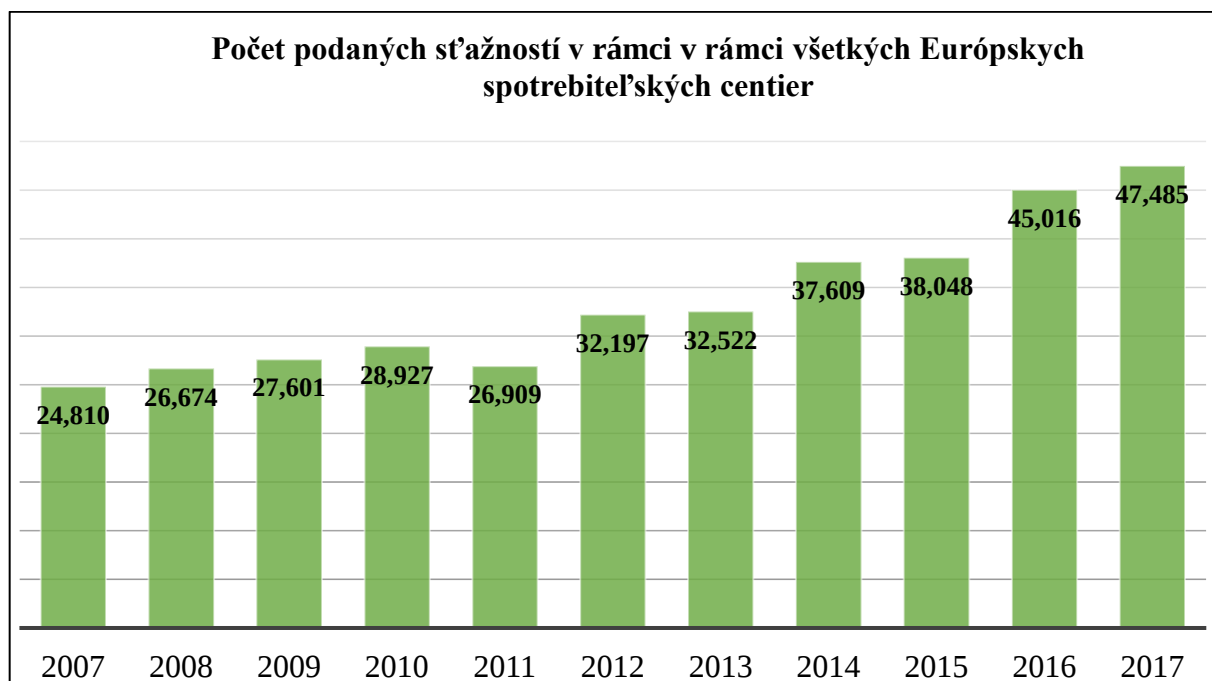
Zdroj: vlastné spracovanie podľa štatistiky Európskej komisie [online]. Dostupné na: <<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.statistics.show>>

Ako môžeme vidieť na grafe č. 1, v rámci spotrebiteľských sťažností na Slovensku za rok 2018, 56 % spotrebiteľských sťažností bolo vnútroštátnych a 44 % cezhraničných sťažností. Túto štatistiku vydala a uvádza na svojej internetovej stránke Európska komisia.

²⁴ Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky: *Európske spotrebiteľské centrum si získalo dôveru spotrebiteľov, využívajú ho stále viac*. Tlačová správa, 2019. [online]. Dostupné na: <<https://www.mhsr.sk/press/europske-spotrebiteleske-centrum-si-ziskalo-doveru-spotrebitelov-vyuzivaju-ho-stale-viac>>

²⁵ Európske spotrebiteľské centrum v Slovenskej republike: *Európske spotrebiteľské centrum v SR bolo úspešné v 70% prípadov. 2017* [online]. Dostupné na: <<https://esc-sr.sk/novinky/europske-spotrebiteleske-centrum-v-sr-bolo-uspesne-v-70-pripadov/>>

Graf č. 2: Počet podaných sťažností v rámci v rámci všetkých Európskych spotrebiteľských centier



Zdroj: vlastné spracovanie podľa štatistiky Európskej komisie [online]. Dostupné na: http://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/performance_by_governance_tool/european_consumer_centre_network/index_en.htm

Ako môžeme vidieť na grafe č. 2, zostaveného podľa štatistík Európskej komisie, počet sťažností podávaných v rámci celej siete Európskych spotrebiteľských centier, spotrebitelia od roku 2007 konštatne zvyšujú počet podávaných sťažností. Môžeme teda usúdiť, že ESC je čoraz viac využívané spotrebiteľmi, ktorí sa naň obracajú so svojimi sťažnosťami. Hovoríme však o všetkých centrách v rámci celej siete ESC. Európska komisia ďalej uvádza štatistiku spôsobu riešenia a uzavretia jednotlivých sťažností. Ako môžeme vidieť v tabuľke č. 1, 48,8 % sťažností bolo ukončených priateľskou dohodou medzi predávajúcim a spotrebiteľom. 34,4 % sťažností bolo ukončených bez nájdeneého výsledného riešenia, pričom medzi najčastejšie dôvody patrí neakceptovanie dohody zo strany predávajúceho (74,8 %), neakceptovanie dohody zo strany spotrebiteľa (7,4 %) alebo dôvod nepodloženej sťažnosti (17,8 %). Ďalej 16,8 % prípadov sťažností bolo presunutých z Európskeho spotrebiteľského centra na inú poverenú organizáciu.

Tabuľka č. 1: Spôsob ukončenia sťažností za rok 2017

Spôsob ukončenia sťažnosti	Percentuálny podiel za rok 2017
priateľská dohoda s predávajúcim	48,80 %
nenájdene riešenie sporu , zo toho:	34,40 %
neakceptovanie dohody zo strany predávajúceho	74,80 %
neakceptovanie dohody zo strany spotrebiteľa	7,40 %
neopodstatnená sťažnosť	17,80 %
prípád posunutý inej organizácii	16,80 %

Zdroj: vlastné spracovanie podľa štatistiky Európskej komisie [online]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/performance_by_governance_tool/european_consumer_centre_network/index_en.htm>

Tieto údaje však nezodpovedajú počtu celkových podnetov spotrebiteľov na Európske spotrebiteľské centru. To malo v mnohých prípadoch len informačnú funkciu pre spotrebiteľov, a nebolo začaté žiadne konanie. Spotrebiteľia v mnohých prípadoch po poradenstve poskytnutom Európskym spotrebiteľským centrom kontaktovali predávajúceho podľa pokynov, a spor s ním riešili osobne. Európska komisia uvádza, že v roku 2017 spotrebiteľia kontaktovali Európske spotrebiteľské centrá takmer 100 000-krát, avšak ako sme mohli vidieť na grafe č. 2, bolo podaných **47 485** sťažností.²⁶

1.5.2 Svetový deň spotrebiteľských práv

Jedným z prostriedkov zvýšenia globálneho povedomia o právach spotrebiteľov bolo stanovenie Svetového dňa spotrebiteľských práv, ktorým sa stal 15. marec. Výber tohto dátumu

²⁶ Európska komisia: *European Consumer Centres Network (ECC-Net)* [online]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/performance_by_governance_tool/european_consumer_centre_network/index_en.htm>

bol inšpirovaný dňom, kedy v roku 1962 americký prezident John Fitzgerald Kennedy poslal do Kongresu Spojených štátov osobitnú správu, v ktorej sa zaoberal orážkou práv spotrebiteľov. Každý rok sa tak pripomína potreba rešpektovania a ochrany práv spotrebiteľov, zamedzovanie možností zneužívania trhu a sociálnej nespravodlivosti. Spotrebiteľské hnutie Consumer International využíva každý kalendárny rok na mobilizáciu opatrení v dôležitých otázkach a kampaní. Každý rok sa Consumer International prostredníctvom organizovania summitov venuje riešeniu dôležitých otázok a problémov v oblasti práv spotrebiteľa. V roku 2019 sa summit bude organizovať v Portugalsku a hlavnou témou budú „Spotrebiteľia a digitálne inovácie“. V rámci tém, ktorým sú summity venované, bolo v minulosti mnoho ročníkov venovaných aj tematike zdravých a kvalitných potravín. V tabuľke č. 2 môžeme vidieť témy jednotlivých svetových dní spotrebiteľských práv za posledných šesť rokov, vrátane súčasnej témy na rok 2019.

Tabuľka č. 2: Témy jednotlivých svetových dní spotrebiteľských práv

Rok	Znenie v jazyku	Téma
2019	slovensky	Dôveryhodné inteligentné produkty
	anglicky	Trusted smart products
2018	slovensky	Vytváranie spravodlivejšieho digitálneho obchodu
	anglicky	Making digital marketplaces fairer
2017	slovensky	Lepší digitálny svet
	anglicky	Better digital world
2016	slovensky	Boj proti zneužívaniu antibiotík
	anglicky	Antibiotics of the menu
2015	slovensky	Zdravé stravovanie
	anglicky	Healthy diets
2014	slovensky	Upravme naše práva v telekomunikáciách
	anglicky	Fix our phone rights

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov Consumer International. [online]. Dostupné na: <https://www.consumersinternational.org/what-we-do/world-consumer-rights-day/>

2 CIEĽ PRÁCE

Hlavným cieľom záverečnej práce je analýza povedomia spotrebiteľov v oblasti zdravých potravín. Následne stanovíme odporúčania vo vybranej sfére, ktoré by napomáhali k skvalitneniu ochrany práv spotrebiteľov vo všeobecnosti a zvyšovaniu povedomia o zdravých potravinách. Na dosiahnutie hlavného cieľa záverečnej práce sme si stanovili čiastkové ciele. V teoretickej časti sa venujeme predovšetkým definíciám základných pojmov a priblíženiu podstaty ochrany práv spotrebiteľov. K čiastkovým cieľom teoretickej práce záverečnej práce radíme:

- definovanie pojmu spotrebiteľ;
- vymedzenie pojmov spotrebiteľské teórie a realie, a spotrebiteľská politika;
- vymedzenie základných práv spotrebiteľov podľa dostupných zdrojov;
- definovanie právnej regulácie ochrany spotrebiteľov.

V praktickej časti sa budeme venovať konkrétnej sfére zdravých potravín, pričom medzi jej čiastkové ciele sme si určili:

- analýza platnej legislatívy na území Slovenskej republiky a Európskej únie,
- definovanie orgánov bezpečnosti potravín a bezpečnostného potravinového systému
- analýza jednotlivých potravinových škandálov na trhu s potravinami v rámci Európskej únie.

Okrem plnenia týchto čiastkových cieľov sa budeme v kapitole číslo 4 venovať aj vyhodnocovaniu nášho dotazníka, ktorý sme zasielali elektronickou formou prostredníctvom mailu a sociálnych sietí. Naším cieľom je analýza povedomia spotrebiteľov v oblasti zdravých potravín, pričom sme si stanovili tri výskumné otázky, ktoré vo výskume potvrdíme alebo vyvrátime:

- Výskumná otázka 1: Všimla si aspoň tretina respondentov v obchode potravinu predávanú po uplynutí dátumu spotreby?
- Výskumná otázka 2: Je aspoň tretina respondentov spokojná s ponukou zdravých potravín na slovenskom trhu?
- Výskumná otázka 3: Všima si aspoň polovica respondentov pri nákupe zloženie potraviny, prípadne iné informácie?

3 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Pri príprave a vypracovaní záverečnej práce sme použili rôzne klasické metódy vedeckej heuristiky, ako napríklad analýzu, syntézu či metódu dopytovania. Využívať budeme sekundárne zdroje v podobe knižných publikácií, zákonov a internetových zdrojov, a primárne zdroje informácií, ktoré získame dopytovaním.

Na tvorbu teoretickej časti záverečnej práce sme si v prvých krokoch zhromaždili informácie o problematike ochrane spotrebiteľa. Využili sme metódu získavania údajov z rôznych knižných, časopiseckých a elektronických zdrojov a využili sme syntézu. Prostredníctvom analýzy sme mohli pochopiť danú problematiku do hĺbky. Uceliť a logicky usporiadať získané poznatky do konkrétnych kapitol a podkapitol záverečnej práce. Niektoré údaje boli spracované do tabuliek alebo grafov pre lepšiu prehľadnosť a kontext.

V praktickej časti sme využili okrem sekundárnych údajov týkajúcich sa práv spotrebiteľov v sfére zdravých potravín aj primárne získané informácie, a to údaje získané metódou dopytovania. Dopytovanie bolo uskutočnené prostredníctvom elektronického dotazníka, ktorý bol distribuovaný mailom, prípadne prostredníctvom sociálnych sietí. Elektronický dotazník obsahoval otvorené aj uzatvorené otázky skúmajúce rôzne aspekty danej problematiky, ako napríklad spokojnosť so zdravými a bezpečnými potravinami na trhu alebo povedomie o právach spotrebiteľa v danej sfére. Celkovo na elektronický dotazník odpovedalo 100 respondentov a ich odpovede boli spracované do grafov a tabuliek. Respondenti boli príslušníci všetkých vekových kategórií, čo dodáva prieskumu objektívnosť. Respondenti tiež pochádzajú zo všetkých krajov Slovenskej republiky. Ďalšie informácie o vzorke prieskumu sú spracované vo výsledkoch záverečnej práce v identifikačnej časti otázok.

3.1 Charakteristika predmetu skúmania

Predmetom skúmania záverečnej práce je vzdelávanie spotrebiteľov v oblasti bezpečnosti potravín a zdravých potravín. Ochrana spotrebiteľa je založená na znalostiach a vedomostiach spotrebiteľa a v ideálnom prípade je spotrebiteľ vzdelaný, informovaný a vedomý si svojich práv. Práve preto je vzdelávanie spotrebiteľov dôležité. Sféra potravín je obzvlášť dôležitá téma, keďže bezpečnosť potravín vo veľkej miere ovplyvňuje celkovú bezpečnosť života a zdravia spotrebiteľa. Hlavne v posledných rokoch bola bezpečnosť potravín ohrozená

a zneistená rôznymi škandálmi a ochoreniami zvierat. Kvalita a bezpečnosť potravín je v súčasnom svete veľmi citlivou témou a je tiež najrikivejšou oblasťou ochrany spotrebiteľa. Kvalita potravín závažne ovplyvňuje zdravie spotrebiteľa, preto by mala byť zaisťovaná a kontrolovaná. Právo na bezpečnosť a zdravotnú prospešnosť potravín je jedným zo základných ľudských práv, ktoré deklarovala vo svojej legislatíve Európska únia. Každý spotrebiteľ má právo na vyžadovanie kvalitných potravín a ich zdravotnú prospešnosť. V súčasnosti je však kvalita a bezpečnosť potravín pod drobnohľadom, čo je reakciou na mnohé škandály s nebezpečnými potravinami. Európska únia chráni spotrebiteľa v oblasti potravinovej bezpečnosti mnohými právnymi predpismi, ktoré vydáva Európska komisia.

3.2 Legislatívne nástroje Európskej únie pre potravinovú bezpečnosť

Európska únia má snahu dosahovať čo najvyššiu úroveň ochrany a záujmov spotrebiteľa a ochrany ľudského života vo všeobecnosti. Zaisťuje bezpečnosť potravín a ich vhodné označenie. Zároveň zohľadňuje a rešpektuje rozmanitosť tradičných výrobkov v členských štátoch. Na zabezpečenie účinného fungovania vnútorného trhu vyvinula Európska únia komplexný súbor právnych predpisov týkajúcich sa oblasti bezpečnosti potravín. V súlade s európskym potravinovým právom „je potravina bezpečná, ak nie je zdraviu škodlivá. Potravina nesmie mať kumulatívne toxické účinky v organizme a nesmie vyvolávať negatívne účinky v špecificky citlivých kategóriách obyvateľstva, akými sú napríklad dojčatá a deti, diabetici, celiatici atď.“²⁷ V potravinách je regulovaná prítomnosť cudzorodých látok. Všetky potraviny musia byť vyprodukované hygienickým spôsobom, a nesmú byť kontaminované externými vplyvmi, byť zdrojom mikrobiologickej kontaminácie alebo byť kontaminované hnilobným procesom, rozkladom alebo pokazením. Potraviny musia byť označené podľa požiadaviek a označenie musí niesť informácie o svojich vlastnostiach a povahe. Základným dokumentom v oblasti legislatívy Európskej únie v oblasti potravinovej bezpečnosti je Nariadenie č. 178/2002 Európskeho parlamentu, ktorý považujeme za „general law for food and food safety“. Je to teda základné právo pre potraviny a potravinovú bezpečnosť. Tento zákon uvádza že „potraviny sa nesmú umiestňovať na trh, ak nie sú bezpečné (sú zdraviu škodlivé alebo

²⁷ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. Spotrebiteľská politika II. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 26 s. [13,46 AH]. ISBN 978-80-225-4045-2.

nevhodné na ľudskú spotrebu). Krmivá, ktoré nie sú bezpečné, sa nesmú dodávať na trh ani podávať zvieratám chovaným na produkciu potravín“.²⁸

Zákon sa riadi stratégiou „from the farm to the fork“, teda v preklade „z farmy až na vidličku“. Zároveň uvádza päť základných princípov uplatňovaných v sfére potravín²⁹:

- princíp zodpovednosti,
- princíp neškodnosti,
- princíp transparentnosti,
- princíp vysledovateľnosti,
- princíp prevencie.

Princíp zodpovednosti určuje zodpovednosť a kompetencie v oblasti bezpečnosti potravín. Prevádzkovateľ podniku je podľa zákona zodpovedný za bezpečnosť a nezávadnosť potravín na všetkých stupňoch výroby, spracovávaní a distribúcie. Ak prevádzkovateľ podniku zistí nejakú chybu, je povinný stiahnuť potraviny z trhu.

Princíp neškodnosti potravín predstavuje dôsledné skúmanie, posudzovanie a kontrolovanie celého reťazca výroby a distribúcie potravín. Na všetkých stupňoch produkcie musí byť vysledovateľný pôvod potravín a krmív. Podstatná je možnosť okamžite stiahnuť nebezpečnú alebo závadnú potravinu z obehu na všetkých stupňoch výroby a distribučného reťazca. Zároveň musia byť prevádzkovatelia potravinárskych podnikov schopní identifikovať presnú osobu, ktorá im dodáva potraviny prípadne krmivá, zvieratá alebo iné látky.

Princíp transparentnosti sa zaoberá ochranou záujmov spotrebiteľa šírením informácií a komunikáciou s verejnosťou. Má chrániť spotrebiteľa pred klamlivou reklamou a nepravdivými informáciami.

Princíp vysledovateľnosti je v praxi aplikovaný výberom vhodných etikiet na potravinách, ktoré musia spĺňať požiadavky na obsah náležitých údajov. Na európskom trhu by sa nemali pohubovať žiadne krmivá alebo potraviny bez riadneho označenia.

²⁸ Nariadenie Európskej únie č. 178/2002. *Zákon o potravinách*. [online] Dostupné na: <http://www.economy.gov.sk/ext_dok-1782002-5050/116473>

²⁹ DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. *Spotrebiteľská politika II*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 28 s. [13,46 AH]. ISBN 978-80-225-4045-2.

Princíp prevencie poskytuje možnosť stiahnuť potraviny alebo krmivá z trhu na základe podozrenia zo škodlivosti potraviny. Tento princíp je však ťažko uplatniteľný v praxi, keďže prevádzkovatelia argumentujú, že v prípade nepotvrdeného podozrenia utrpia nemalé straty.

3.3 Legislatívne nástroje Slovenskej republiky pre potravinovú bezpečnosť

Podľa **Zákona o potravinách č. 152/1995 Z. z.** je „potravinou látka alebo výrobok, ktoré sú spracované, čiastočne spracované alebo nespracované a sú určené na ľudskú spotrebu alebo pri ktorých sa odôvodnene predpokladá, že budú požití ľuďmi, vrátane nápojov, žuvačiek, všetkých látok vrátane pitnej vody, ktoré sú zámerne pridávané do potravín počas ich výroby, prípravy alebo úpravy, prídavných látok určených na predaj spotrebiteľom a potravín na osobitné výživové účely vrátane dietetických potravín na osobitné medicínske účely ustanovené osobitným predpisom.”³⁰ Tento zákon považujeme za základnú normu v rámci potravinovej bezpečnosti. Zákon sa venuje problematike zodpovednosti pestovateľov a chovateľov, výrobcov potravín, distribútorov, dovozcov a predávajúcich za zdravotnú nezávadnosť a kvalitu potravín, reklamu, označovanie potravín. Ďalším dôležitým právnym dokumentom v oblasti potravinovej bezpečnosti je vyhláška ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky o požiadavkách na označovanie potravín (vyhláška č. 243/2015 Z. z.). Táto vyhláška bola v roku 2018 zmenená a doplnená vyhláškou **č. 81/2018 Z. z. o požiadavkách na označovanie potravín**. Podľa danej upravenej a doplnenej vyhlášky je výrobca potravín povinný uviesť na potravine alebo jej obale nasledujúce informácie³¹:

- názov potraviny,
- údaje o zložení potraviny,
- látky alebo výrobky spôsobujúce alergie,
- netto množstvo potraviny,
- dátum minimálnej trvanlivosti alebo dátum spotreby.

³⁰ Zákon o potravinách č. 152/1995 Z. z. [online] Dostupné na: <<https://www.zakonypreludi.sk/zz/1995-152>>

³¹ Vyhláška č. 81/2018 Z. z. o požiadavkách na označovanie potravín. [online] Dostupné na: <https://www.slovlex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2018/81/vyhlasene_znenie.html>

3.3.1. Orgány bezpečnosti potravín Európskej únie a Slovenskej republiky

Podľa publikácie Dzúrovej a kol. sme vypracovali členenie orgánov bezpečnosti potravín ja jednotlivých úrovniach. Na úrovni Slovenskej republiky sú rozhodujúce orgány bezpečnosti potravín³²:

- Ministerstvo pôdohospodárstva Slovenskej republiky,
- Štátna veterinárna a potravinová správa,
- Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky,
- Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky.

Na úrovni Európskej únií:

- EFSA (European Food Safety Authority) – Úrad pre bezpečnosť potravín,
- EUFIC (European Food Information Council) – Európska rada potravinárskych informácií,
- FVO (Food and Veterinary Office) – Potravinový a veterinárny úrad

Na celosvetovej úrovni:

- FAO (Food and Agriculture Organisation) – Organizácia pre výživu a poľnohospodárstvo,
- WHO (World Health Organisation) – Svetová zdravotnícka organizácia.

Na úrovni Slovenskej republiky pôsobí *Ministerstvo pôdohospodárstva* ako ústredný orán štátnej správy aj v oblasti bezpečnosti potravín. Zabezpečuje nad potravinami dozor na trhu a dáva dôraz na bezpečnosť potravín. Ministerstvo pôdohospodárstva Slovenskej republiky je nadriadený orgán pre Štátnu veterinárnu a potravinovú správu, ktorá vykonáva priamo dozor nad potravinami.

Štátna veterinárna a potravinová správa kontroluje výrobu potravín, manipuláciu a zavádzanie potravín do obehu. Jej náplňou je predovšetkým riadenie, výkon, kontrola aktivít a činností v oblastiach ochrany zvierat, veterinárnej starostlivosti zdravia zvierat, hygieny krmív,

³² DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. Spotrebiteľská politika II. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 28 s. [13,46 AH]. ISBN 978-80-225-4045-2.

veterinárnej farmácie, ekológie, hygieny potravín rastlinného a živočíšneho pôvodu, potravinového dozoru a rýchleho výstražného systému. Štátna veterinárna a potravinová správa ďalej kontroluje potraviny rastlinného a živočíšneho pôvodu, ktoré boli vyrobené na území Slovenskej republiky alebo dovezené z krajín Európskej únie, alebo z krajín, ktoré nie sú členskými krajinami Európskej únie. Kontroluje či právnické alebo fyzické osoby plnia svoje povinnosti a dodržiavajú podmienky a legislatívne nariadenia.

Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky harmonizuje organizáciu a činnosti štátneho zdravotného dohľadu a inštitucionálnej kontroly nad manipuláciou, výrobou a uvádzaním potravín a pokrmov na trh a predovšetkým nad epidemiologicky rizikovými aktivitami vo výrobe.

Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky funguje ako štátna rozpočtová organizácia, ktorá je riadená priamo Ministerstvom pôdohospodárstva Slovenskej republiky. Jej činnosť je orientovaná odrody poľnohospodárskych plodín, krmivá, pôdu, výživu a ochranu rastlín, výživu zvierat, vnútornú a vonkajšiu karanténu, poľnohospodárske potreby ako aj pesticídy a priemyselné hnojivá.

EFSA má sídlo v talianskom meste Parma. Jeho hlavnou úlohou je poskytovať nezávislé poradenstvo a informácie podobným orgánom členských štátov Európskej únie. Úrad posudzuje riziká bezpečnosti potravín v Európskej únii a poskytuje nezávislé vedecké informácie a rady v otázkach, ktoré sa týkajú bezpečnosti potravín.

FVO zastáva úlohu kontrolného orgánu v oblasti bezpečnosti potravín. Jeho hlavnou úlohou je monitorovanie dodržiavania platnej legislatívy v hygiene potravín a krmív a veterinárstva v Európskej únii. V rámci činností úradu je aj presadzovanie prísneho programu inšpekcií a kontrol systémov bezpečnosti potravín v Európskej únii a krajinách, ktoré dodávajú potraviny do Európskej únie.

EUFIC je nezisková organizácia poskytujúca vedecké informácie o bezpečnosti potravín, výžive a zdraví médiám, pedagógom, lekárom či výživovým odborníkom a ľuďom ovplyvňujúcim verejnú mienku.

FAO patrí medzi celosvetovo významné organizácie, ktoré sa zameriavajú na oblasť bezpečnosti potravín a zdravia. Organizácia sa svojou medzinárodnou aktivitou dlhodobo a aktívne podieľa

na rozvoji bezpečnosti potravín a zdravia. Organizácia bola založená v roku 1945 a je jednou z najväčších organizácií v OSN.

3.4 Bezpečnostný potravinový systém

V roku 1978 vznikol na území Európskej Rýchly výstražný systém pre potraviny a krmivá (RASFF – Rapid Alert System for Food and Feed). Systém vznikol na zaistenie bezpečnosti potravín. Hlavnou úlohou Európskeho úradu pre bezpečnosť potravín v systéme RASFF je posudzovanie rizík a komunikácia o rizikách. Systém RASFF je spravovaný Generálnym riaditeľstvom pre zdravie a ochranu spotrebiteľa. Hlavnou funkciou RASFF je umožniť efektívnu a rýchlu komunikáciu a výmenu informácií medzi členskými štátmi Európskej únie a Európskou komisiou v prípadoch, kedy sa identifikujú riziká alebo ohrozenia ľudí v potravinovom reťazci alebo v reťazci s krmivami. Systém je spustený a v pohotovosti dvadsaťštyri hodín denne, vďaka čomu sa podarilo predísť množstvu rizík potravinovej bezpečnosti. Na území Slovenskej republiky je kontaktným miestom RASFF Štátna veterinárna a potravinová správa Slovenskej republiky. V prípade, že sa po realizácii kontroly potraviny alebo krmiva identifikujú riziká ohrozenia zdravia alebo života spotrebiteľa, článkov v potravinovom či krmivovom reťazci, prípadne sa zistí výskyt zdraviu škodlivej alebo zle označenej potraviny či krmiva na trhu, oznámi sa to Európskej komisii. Európska komisia v nadväznosti na to informuje členské štáty o prítomnosti takejto potraviny alebo krmiva, aby sa nebezpečná potravina alebo krmivo mohli čo najskôr stiahnuť z trhu Európskej únie. RASFF má základné typy hlásení, a to³³:

- výstražné hlásenia sú posielané keď sa krmivá alebo potraviny, ktoré predstavujú riziko nachádzajú na trhu a je potrebná okamžitá činnosť a stiahnutie nebezpečného výrobku z trhu. Výstražné oznámenie spúšťa ten členský štátom, ktorý závadnú potravinu alebo krmivo objaví a začal podnikat' opatrenia. Oznámením sa poskytujú členským štátom Európskej únie informácie, vďaka ktorým môžu štáty preveriť či sa nebezpečná potravina alebo krmivo nachádza na ich trhu a následne aby mohli štáty vykonať potrebné opatrenia. Spotrebiteľom sa tak zabezpečuje, že potraviny alebo krmivá, ktoré sú uvedené

³³ Štátna veterinárna a potravinová správa. *Rapid alert system - Rýchly výstražný systém pre potraviny a krmivá*. 2017 [online] Dostupné na: <https://www.svps.sk/potraviny/rapidalert_info.asp>

vo výstražných oznámeniach sú v procese sťahovania z trhu, alebo už sú z neho stiahnuté. Každý členský štát má vlastné mechanizmy na takéto opatrenia.

- informačné hlásenia sa koncentrujú na potraviny a krmivá, pri ktorých sa zistilo nejaké riziko, ale pre ktoré ostatné členské štáty nemusia prijať bezprostredné opatrenia, keďže sa výrobky nenachádzajú na ich trhu. Takéto oznámenia sa sústreďujú hlavne na zásielky krmív a potravín ktoré boli testované a vrátené na hraniciach Európskej únie s tretími krajinami.
- oznámenie hraničného odmietnutia sa vzťahuje na potraviny alebo krmivá, ktoré neboli pustené cez hranice Európskej únie z tretích krajín z dôvodu rizika ohrozenia zdravia alebo života spotrebiteľov.
- oznamovacie správy – obsahujú informácie, ktoré sa týkajú bezpečnosti potravín a krmív a neboli zaradené do predchádzajúcich typov hlásení.

4 VÝSLEDKY PRÁCE

K dosiahnutiu hlavného cieľa a čiastkových cieľov záverečnej práce, ktorý sme si určili v kapitole 2, sme rozdelili praktickú časť záverečnej práce na dve hlavné časti. Venovali sme sa anlyze ochrany spotrebiteľa v konkrétnej sfére zdravých potravín a analyzovali sme právnú úpravu týkajúcu sa potravín, ako aj ochrany spotrebiteľa v danej sfére. V druhej časti sa budeme venovať analýze výstupov elektronického dotazníka, ktorý je priložený v prílohách záverečnej práce.

4.1 Potravinové škandály

Slovenská republika je jednou z krajín so zvýšenou pozornosťou venovanou bezpečnosti potravín. Normy v Slovenskej republike sú prísnejšie ako normy v Európskej únii a v jej členských štátoch. Môžeme konštatovať, že slovenské potraviny sú jedny z najkvalitnejších na európskom trhu. Nedá sa to povedať však o všetkých potravinách, ktoré sú na slovenský trh privezené. Napriek všetkým legislatívnym opatreniam sa na trh dostávajú nebezpečné potraviny a spotrebiteľia ovplyvnený silným mediálnym tlakom na potravinové škandály cítia nedôveru voči potravinám a voči štátnej kontrole a dozore nad bezpečnosťou potravín. Uvedieme príklady potravinových škandálov, ktoré sa týkali európskeho trhu a európskych spotrebiteľov, spracované podľa V deväťdesiatych rokoch dvadsiateho storočia sa v Európe objavilo vírusové ochorenie BSE2 (ľudovo známe ako slintačka a krívačka, odborným názvom bovinná spongiformná encefalopatia). Zasiiahnutých bolo viac ako dvetisíc chovov dobytky a muselo byť utratených približne 5,8 milióna zvierat a straty boli enormné. V tomto prípade bol pôvodcom vírusu ilegálny dovoz dobytky a kŕmenie dobytky odpadom z kuchýň.

V roku 2008 zas otriasol svetom škandál, kedy sa v mlieku pochádzajúcom z Číny vyskytovala chemická zlúčenina melamínu, ktorá sa používa pri výrobe plastov a umelých hnojív. Tento škandál bol obzvlášť citlivý, keďže ohrozoval jednu z rizikových skupín, a to deti. Melamín bol totižto okrem iného nájdený aj v sušenom mlieku určenom na detskú výživu. Takmer tristotisíc detí malo zdravotné ťažkosti, z toho päťdesiat tisíc detí muselo byť hospitalizovaných. A na následky melamínu v sušenom mlieku zomrelo šesť dojčiat. Melamín bol v tejto kauze pridávaný do mlieka samotnými výrobcami mlieka, ktorí pridávaním

melamínu do riedeného mlieka zvyšovali obsah dusíka, aby pri testoch zakryli nízky obsah bielekvin.

V rokoch 2010 a 2011 sa v Nemecku vyskytla prítomnosť dioxínov v potravinách. V ošipovaných, hydine a vajciach sa zistila dvojnásobne vyššia hodnota dioxínov, ako je povolená norma. Príčinou zvýšenej hodnoty dioxínov bol výrobca krmív, ktorý do priemyselne vyrábaných krmív pridával technickú zmes mastných kyselín. Tá vznikla pri výrobe bionafty.

V roku 2011 však Nemecko a celá Európa čelili ďalšiemu potravinovému škandálu. Európu zasiahla epidémia, ktorá bola spôsobená baktériou *Escherichia Coli*7 (ľudovo nazývané *E.coli*). Táto baktéria sa vyskytla v potravinách. Smrteľná nákaza sa do Európy dostala semenami prevážanými z Egypta, z ktorých boli na nemeckých farmách ďalej pestované zeleninové výhonky. Táto epidémia má na svedomí päťdesiatdva obetí.

V roku 2012 otriasla predovšetkým Poľsko aféra, kedy poľskí výrobcovia potravín pridávali posypovú soľ, určenú na posýpanie ciest v zime, do pekárenských výrobkov a do mäsa. Výrobcovia potravín však konali v nevedomosti, keďže dodávateľ soľ prebaľoval a predával technickú soľ ako jedlú. Z trhu bolo po zistení vady stiahnutých viac ako dvesto ton potravín, v ktorých sa mohla vyskytovať technická soľ.

V Českej republike rezonovala v roku 2012 metanolová kauza, ktorá má na svedomí približne stosedemnást obetí, z toho tridsaťosem osôb zahynulo a sedemdesiatdeväť bolo intoxikovaných alebo s trvalým poškodením zdravia.

Posledná kauza otriasla Európou len nedávno, začiatkom roka 2019. Zdrojom nebezpečných potravín bolo opäť Poľsko, kde výrobcovia a spracovatelia porcovali a následne predávali hovädzie mäso z chorého a mŕtveho dobytká. Nakazené mäso sa dostalo aj na slovenský trh, pričom mäso bolo podávané aj rizikovej skupine spotrebiteľom, a to deťom v školských zariadeniach. Táto kauza ešte stále má svoje dohry či už v Poľsku ale aj v Európskej únii. Opäť sa ukázali nedostatky kontroly potravín na trhu Európskej únie.

4.2 Výsledky prieskumu

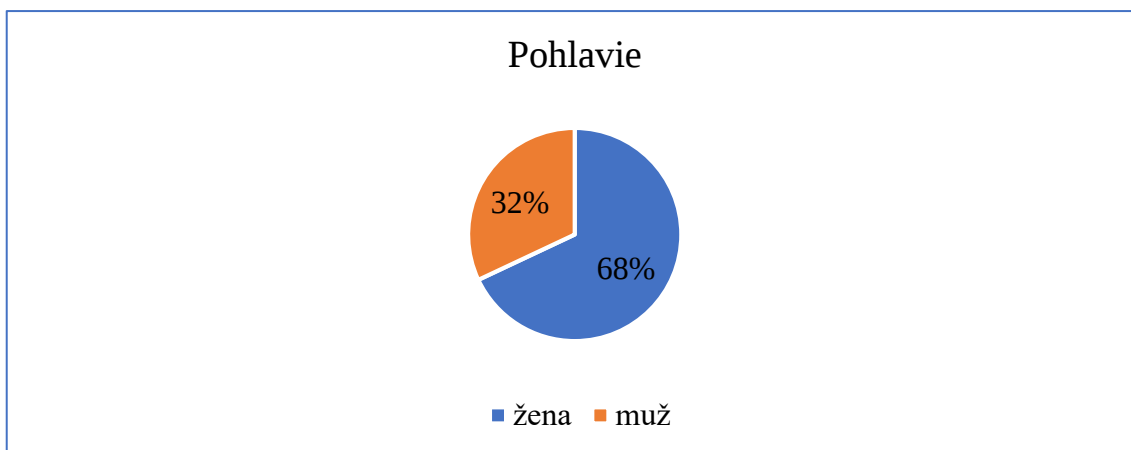
Vo výskumnej časti našej záverečnej práce sme sa zamerali na skúmanie a analýzu odpovedí respondentov dopytovania, pričom kľúčovou oblasťou skúmania bolo všeobecné povedomie respondentov o zdravých potravinách na slovenskom trhu. Dopytovanie sme uskutočnili formou elektronického dotazníka, ktorý sme šírili prostredníctvom mailu a sociálnych sietí. Dotazník tvorilo celkovo dvadsaťdeväť otázok, pričom otázky sme rozdelili do piatich tematických okruhov. V dotazníku sme použili uzatvorené otázky s možnosťou výberu jednej alebo viacerých odpovedí, otvorené otázky s možnosťou vyjadrenia vlastného názoru a škálové otázky na hodnotenie jednotlivých aspektov. Dopytovanie bolo realizované na reprezentatívnej vzorke sto respondentov. Dotazník v kompletnom znení je uvedený v prílohách záverečnej práce.

Tematické okruhy otázok sa týkali piatich oblastí. V prvej, identifikačnej časti boli respondentom položené základné, identifikačné a sociálno-demografické otázky, ktorými sme získali predstavu o zložení našej reprezentatívnej vzorky. V druhej tematickej časti sme sa zamerali na skúmanie vedomostí respondentov o základných pojmoch danej tematiky, ako napríklad zdravé potraviny či rozdiel medzi dátumom spotreby a minimálnou trvanlivosťou potravín. Tretia časť skúmala nákupné preferencie spotrebiteľov v sfére zdravých potravín. V štvrtej časti sme skúmali spokojnosť spotrebiteľov so zdravými a kvalitnými potravinami na slovenskom trhu. Posledná, piata časť bola zameraná na hodnotenie a skúmanie skúseností respondentov s nákupom zdravých potravín na s reklamáciami.

Pred vyhodnotením samotných odpovedí nášho kvantitatívneho prieskumu sme si stanovili tri výskumné otázky, ktoré sme vo výskumnej časti vyvrátili alebo potvrdili. Znenie vopred stanovených výskumných otázok je nasledovné:

- Výskumná otázka 1: Všimla si aspoň tretina respondentov v obchode potravinu predávanú po uplynutí dátumu spotreby?
- Výskumná otázka 2: Je aspoň tretina respondentov spokojná s ponukou zdravých potravín na slovenskom trhu?
- Výskumná otázka 3: Všíma si aspoň polovica respondentov pri nákupe zloženie potraviny, prípadne iné informácie?

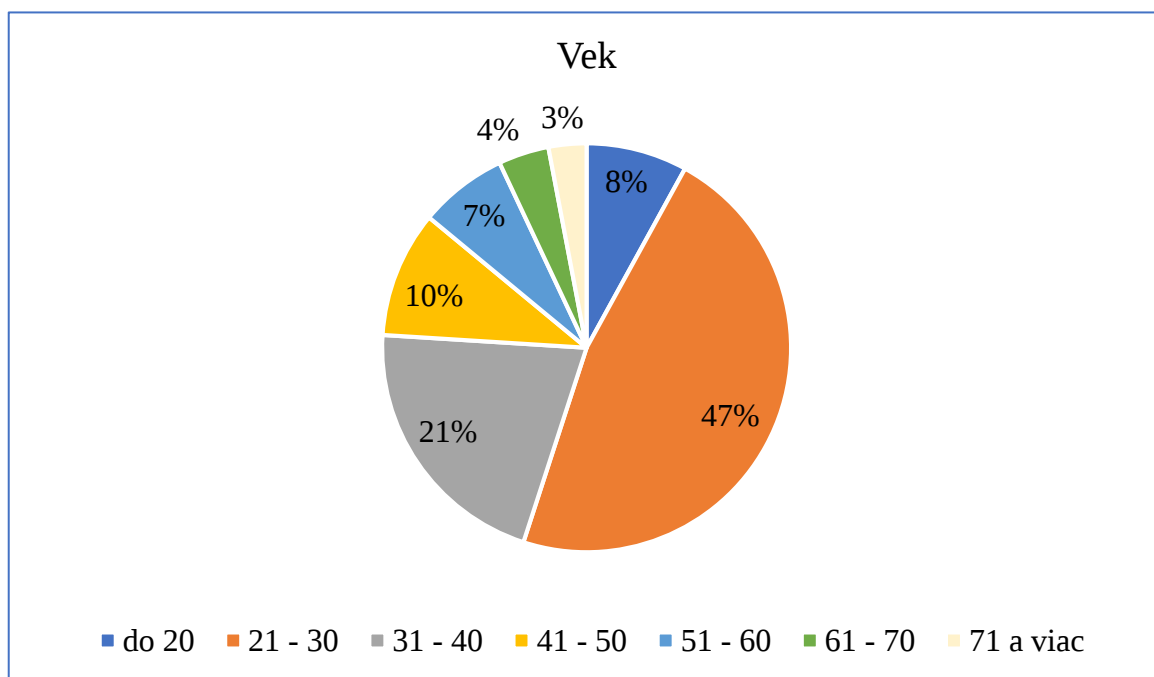
Graf č. 3: Pohlavie respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V prvej otázke v identifikačnej časti dotazníka sme zisťovali, koľko percent respondentov tvoria muži a ženy. 68 % respondentov tvorili ženy a 32 % respondentov tvorili muži.

Graf č. 4: Vek respondentov

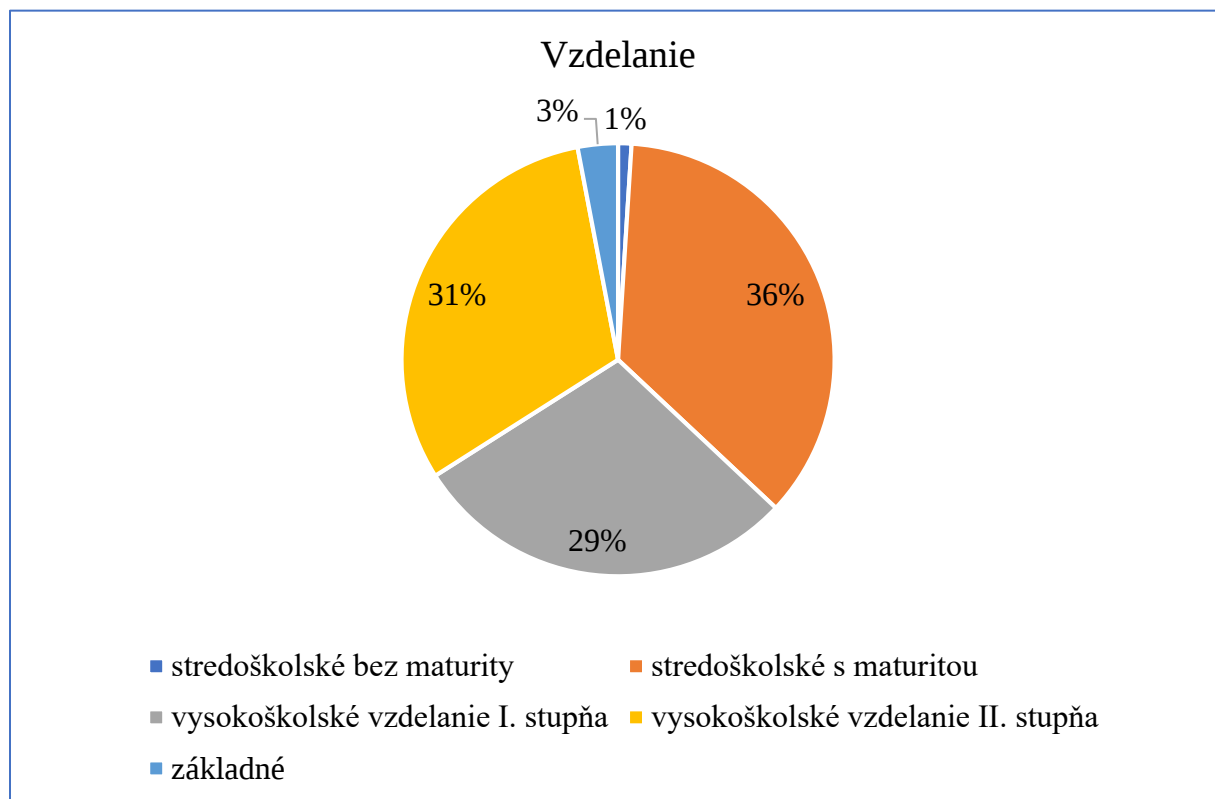


Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Na základe odpovedí na druhú otázku vieme, že najväčšiu časť respondentov tvorili mladý dospelý ľudia od 21 do 30 rokov (47 %). Ďalšou početnou skupinou respondentov boli dospelý

Ľudia od 31 do 40 rokov (21 %). V 10 %-nom zastúpení boli osoby vo veku od 41 do 50 rokov. 8% respondentov bolo mladých, do 20 rokov. 7 % respondentov má 51 až 60 rokov, 4 % má od 61 do 70 rokov a zvyšné 3 % tvoria seniori nad 70 rokov.

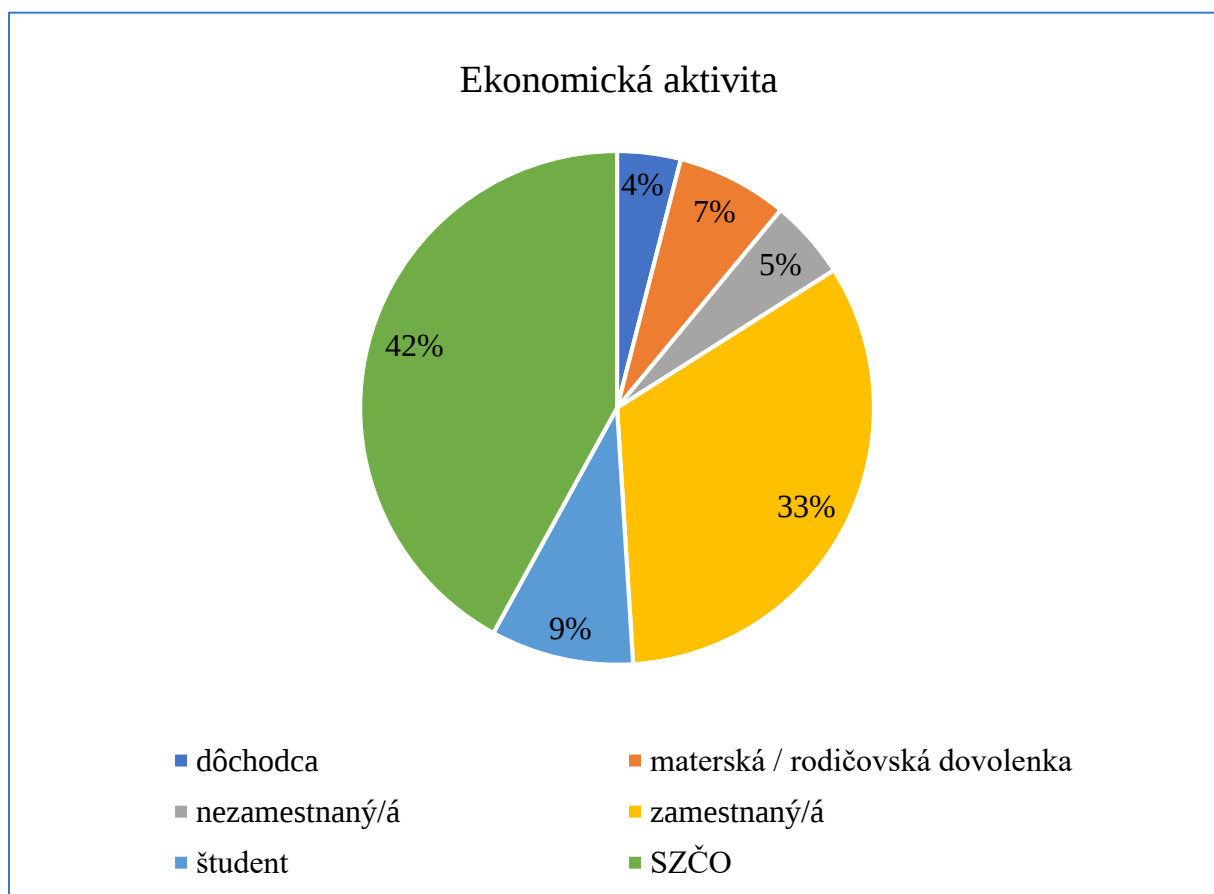
Graf č. 5: Vzdelanie respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V rámci vzdelania, 36 % respondentov má ukončené stredoškolské vzdelanie s maturitou. 31 % respondentov má ukončené vysokoškolské vzdelanie II. stupňa a 29 % má vysokoškolské vzdelanie I. stupňa. Ukončené základné vzdelanie majú 3 % respondentov a len 1 % tvorili respondenti s ukončeným stredoškolským vzdelaním bez maturity. Prevažná časť respondentov má teda ukončené aspoň vysokoškolské vzdelanie I. stupňa.

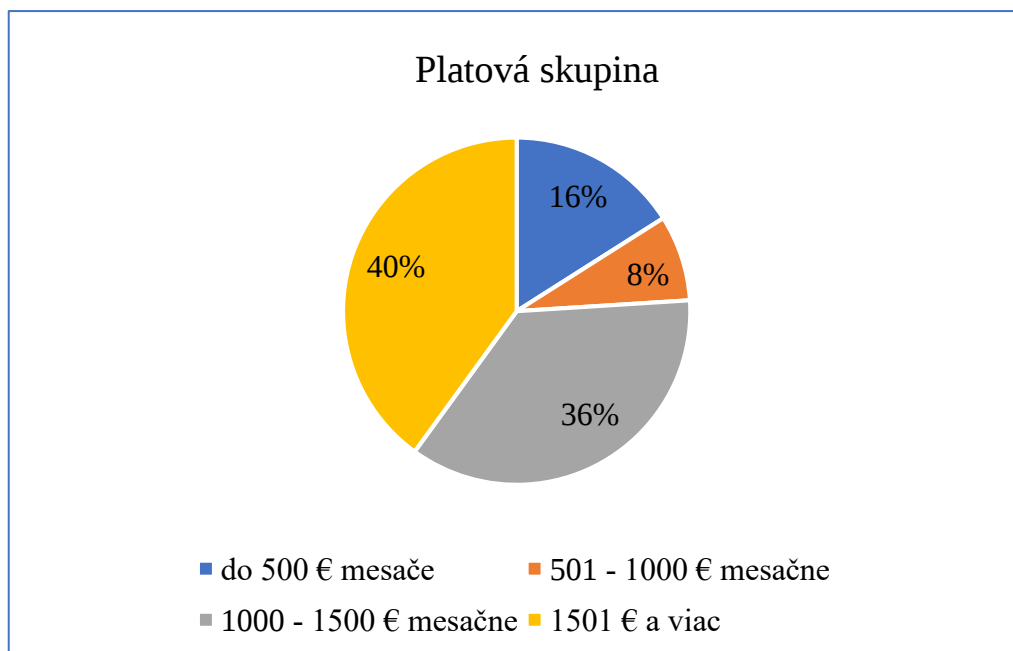
Graf č. 6: Ekonomická aktivita respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Skúmaním ekonomickej aktivity sme prišli k záverom, že 42 % respondentov sú samostatne zárobkovo činné osoby, 33 % tvoria zamestnaní respondenti, 9 % tvoria študenti, 7 % tvoria osoby na materskej alebo rodičovskej dovolenke, 5 % tvoria nezamestnaný a 4 % tvoria dôchodcovia. Vo vzorke prieskumu tak máme zastúpené všetky ekonomické aktivity.

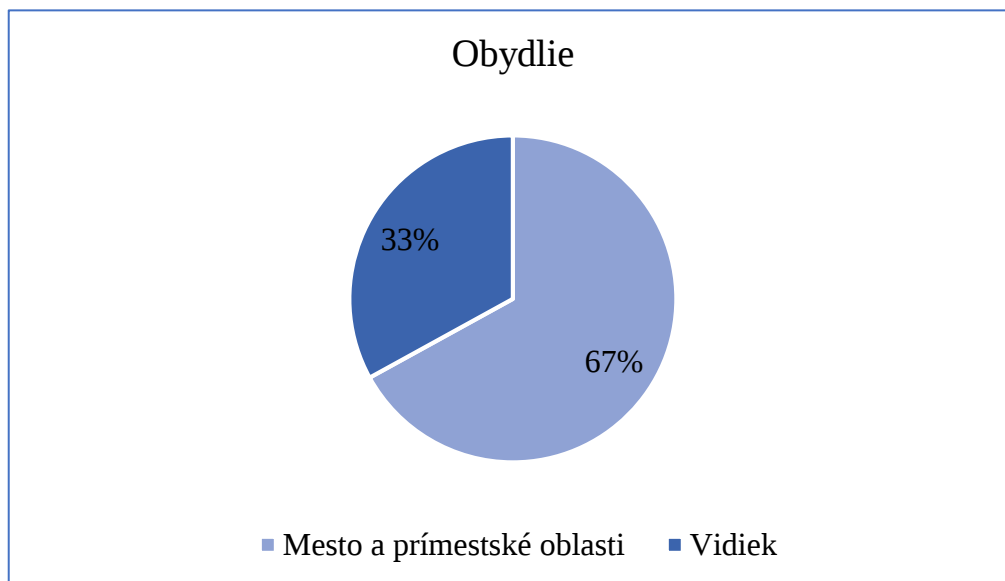
Graf č. 7: Platová skupina respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V rámci platových skupín, 40 % respondentov tvorilo zarábajúcich nad 1501 € mesačne. Ďalej 36 % opýtaných uvádza, že zarábajú od 1000 do 1500 € mesačne. 16 % opýtaných zarába do 500 € mesačne a 8 % zarába od 501 do 1000 €.

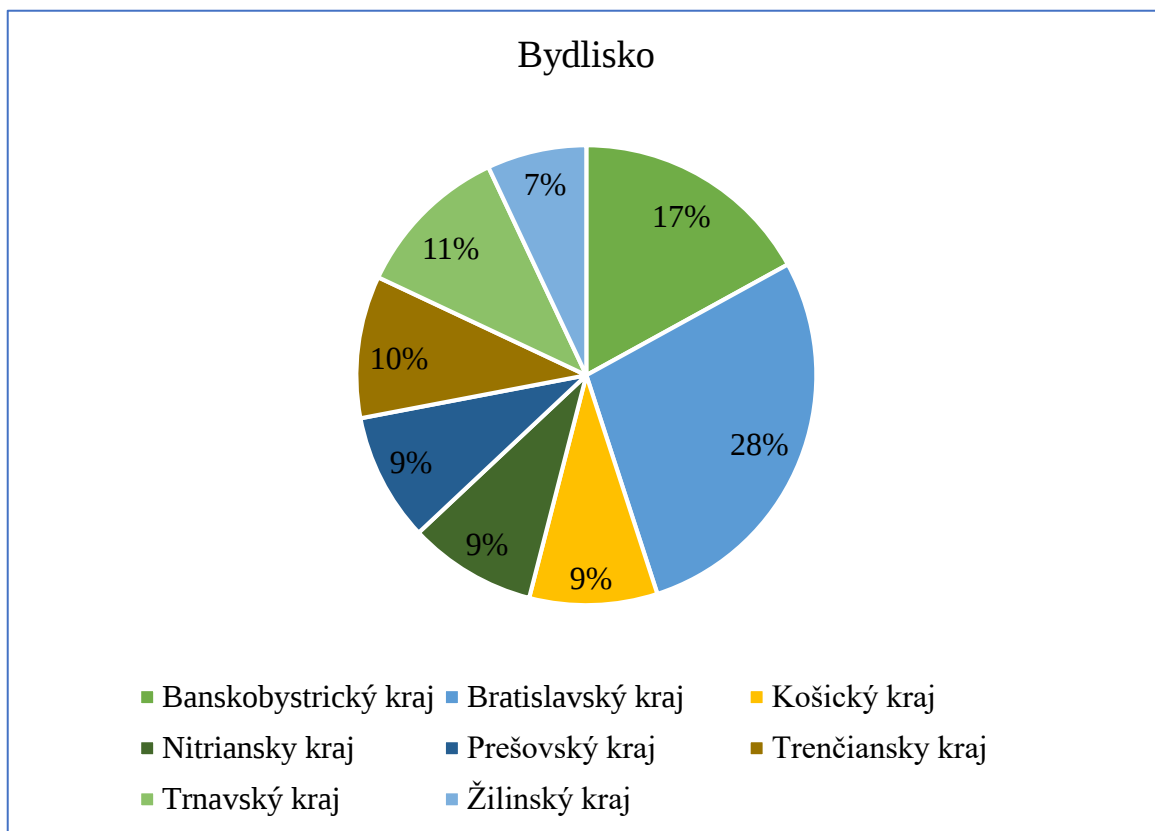
Graf č. 8: Obydlie respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Z celkovej vzorky respondentov, 67 % býva v mestách a prímestských oblastiach a 33 % býva na vidieku.

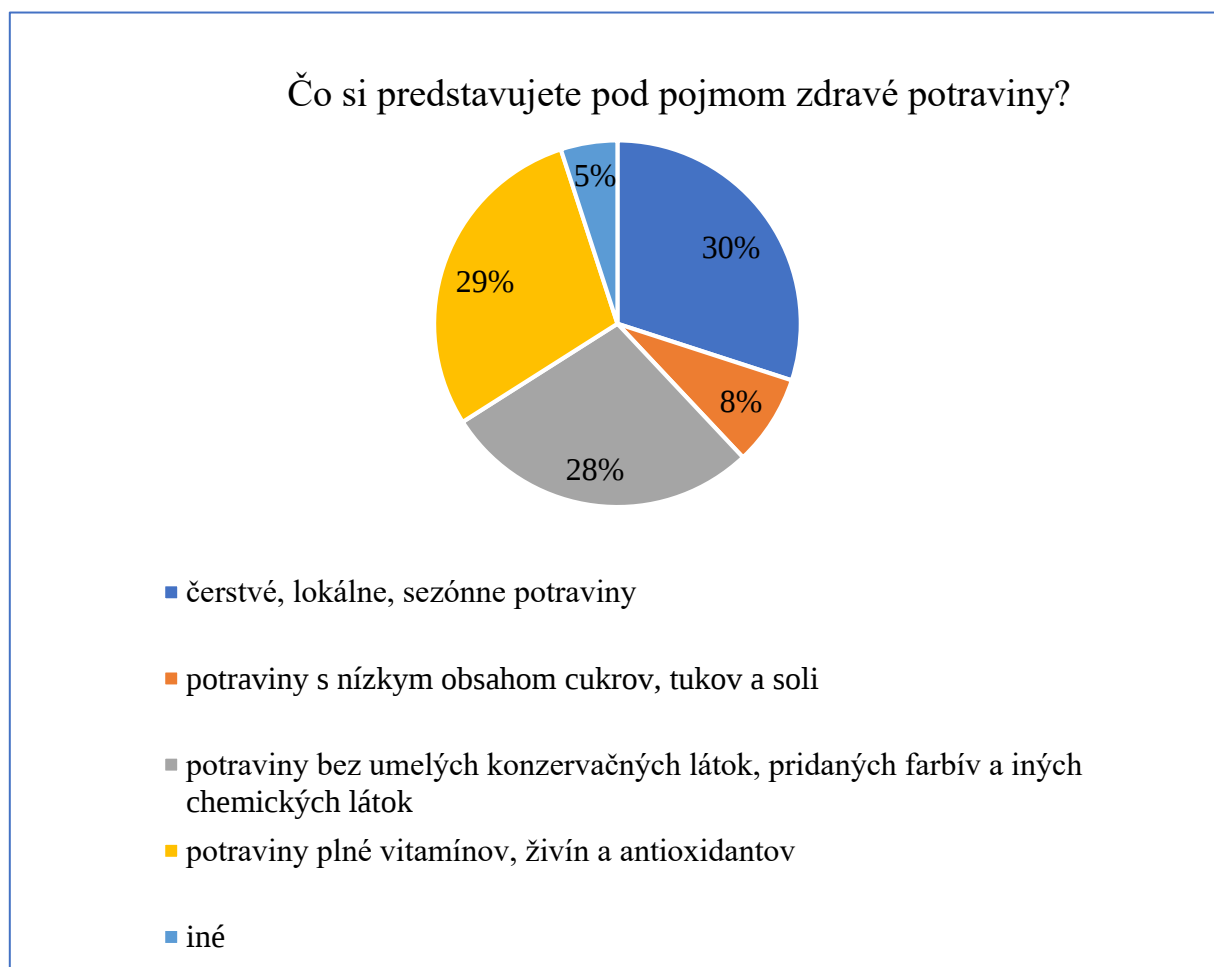
Graf č. 9: Bydlisko respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V našej reprezentatívnej vzorke sme mali zastúpených obyvateľov všetkých slovenských krajov. Najväčšie zastúpenie mal Bratislavský kraj, z ktorého pochádza 28 % respondentov. Za ním nasleduje Banskobystrický kraj, z ktorého je 17 % respondentov. Z Trnavského kraja pochádza 11 % respondentov. Trenčiansky kraj má zastúpenie 10 %. S podielom 9 % je zastúpený Košický, Nitriansky a Prešovský kraj. Najmenšie zastúpenie má Žilinský kraj, z ktorého pochádza 7 % respondentov.

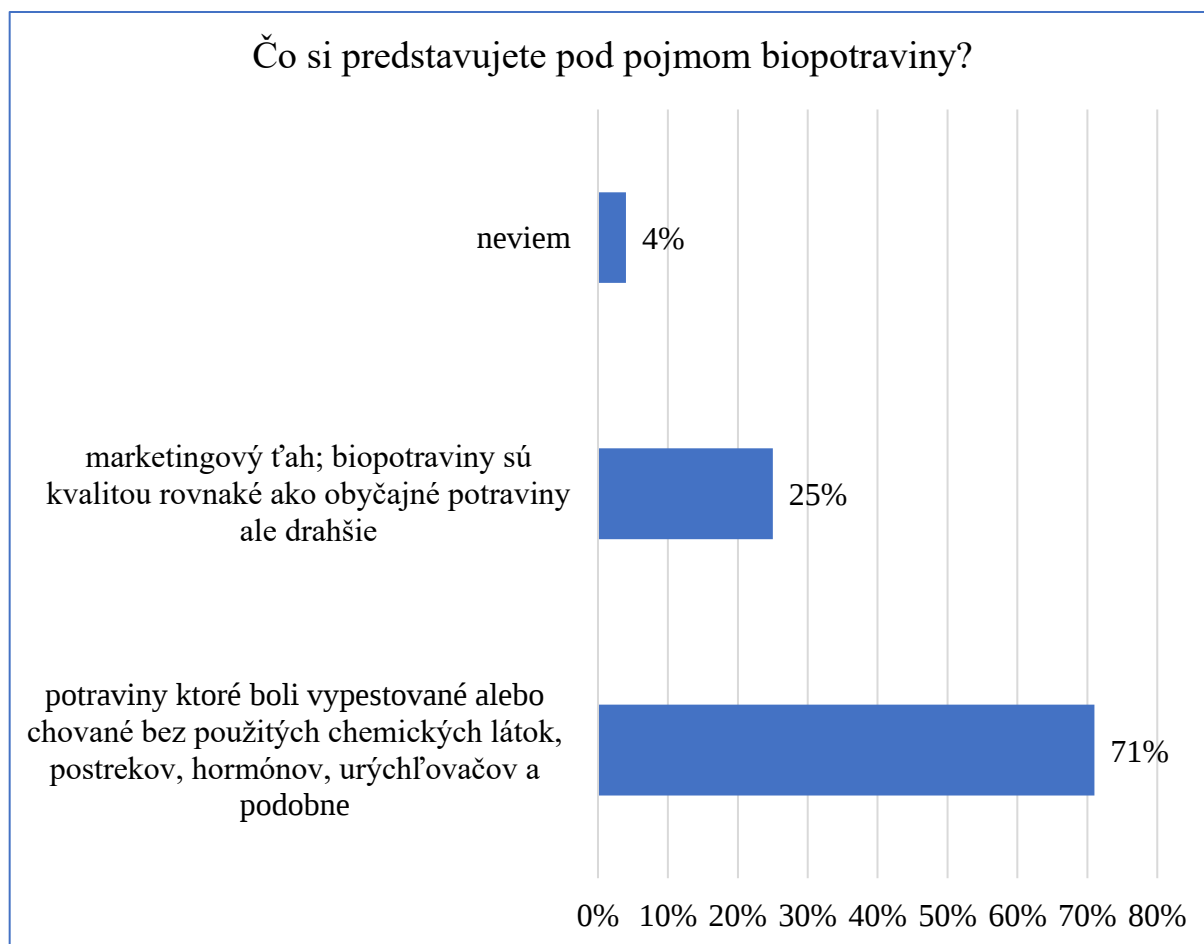
Graf č. 10: Čo si predstavujete pod pojmom zdravé potraviny?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Táto otázka mala otvorenú formu a ponúkla respondentom možnosť vlastnej odpovede. Na základe spoločných znakov odpovedí boli všetky odpovede zhrnuté do piatich najčastejších kategórií. Pod pojmom zdravé potraviny si 30 % respondentov predstavilo čerstvé, lokálne a sezónne potraviny. 29 % respondentov má zdravé potraviny spojené s vitamínmi, živinami a antioxidantmi. Ďalších 28 % považuje za zdravé potraviny tie, ktoré sú bez umelých konzervačných látok, pridaných farbív a iných chemických látok. Z opýtaných, 8 % uviedlo, že zdravé potraviny sú s nízkym obsahom cukrov, tukov a soli. Iných možností, ktoré sa neopakovali a nedali sa zaradiť do predchádzajúcich možností, tvorilo 5 %.

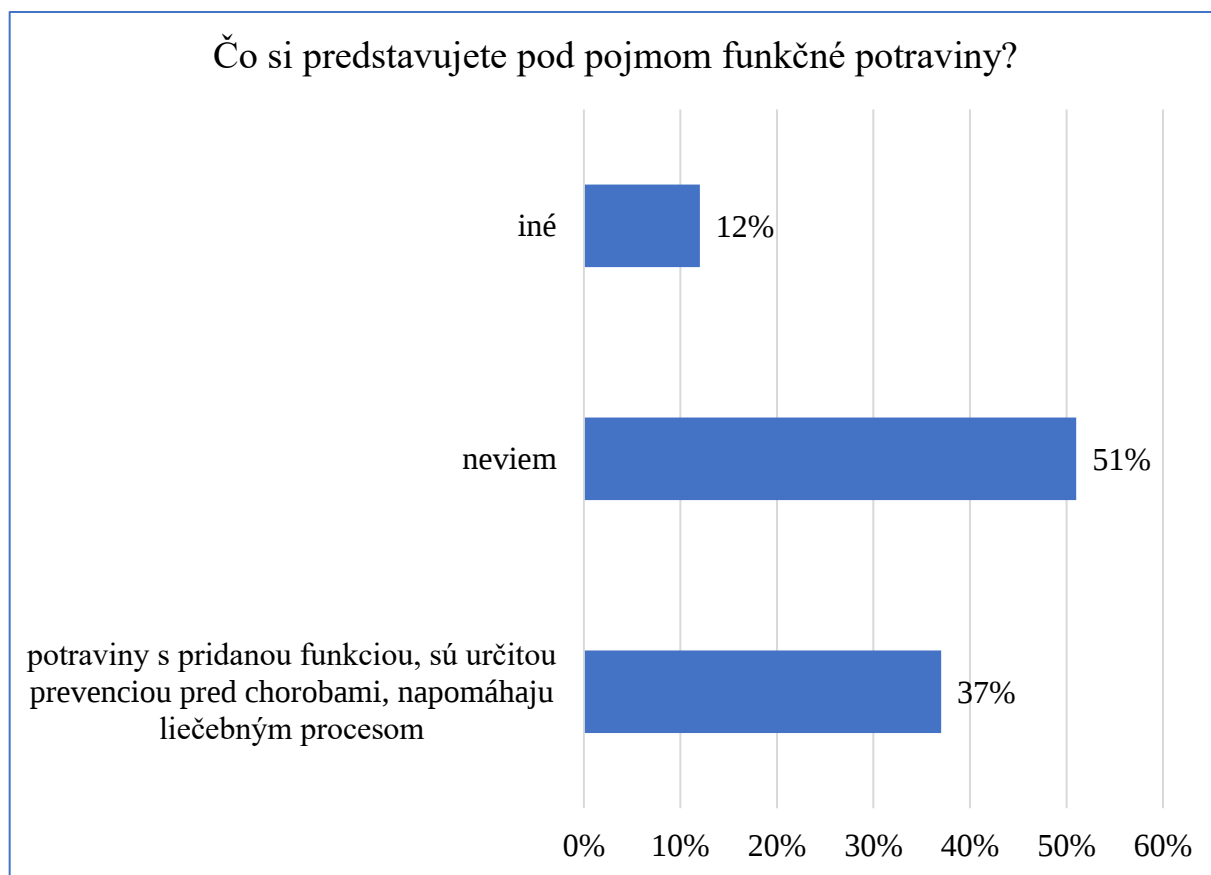
Graf č. 11: Čo si predstavujete pod pojmom biopotraviny?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Deviata otázka bola tiež otvorená a na základe podobnosti sme odpovede začlenili do troch skupín, pričom 3 % respondentov nevedelo uviesť, čo sú to biopotraviny, 25 % respondentov si myslí, že biopotraviny sú iba marketinovým ťahom a sú kvalitou rovnaké ako obyčajné potraviny s tým rozdielom, že sú predávané za vyššie ceny. Najviac respondentov (až 71 %) však vníma biopotraviny pozitívne a uvádza, že sú to také potraviny, ktoré boli vypestované alebo boli pred procesom spracovania chované bez použitia chemických látok, postrekov, hormónov a podobne.

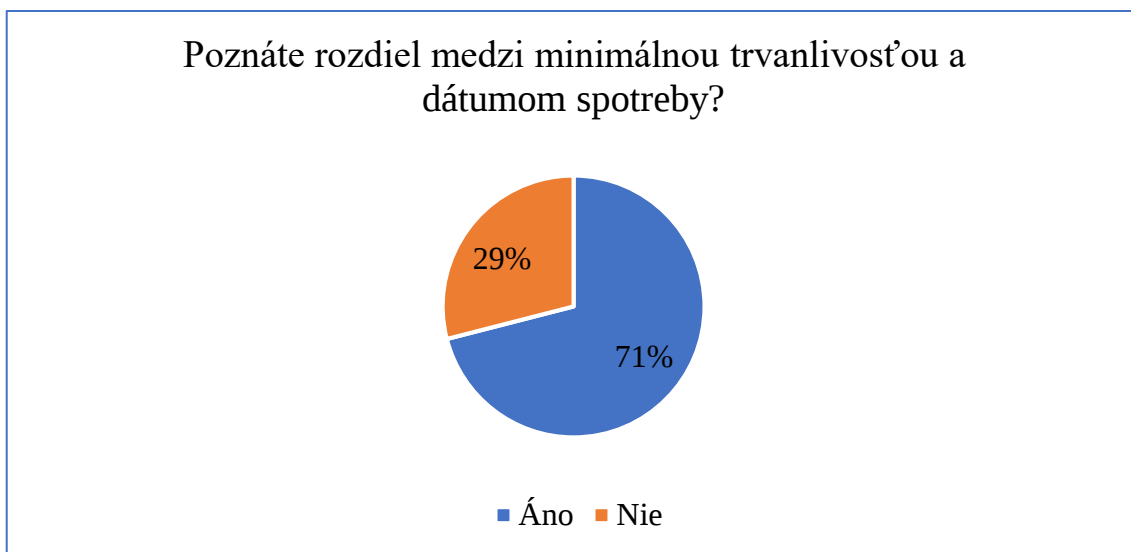
Graf č. 12: Čo si predstavujete pod pojmom funkčné potraviny?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Desiata otázka bola, rovnako ako predchádzajúce dve otázky, formulovaná otvorene a odpovede boli podľa podobnosti začlenené do troch skupín. S pojmom funkčné potraviny sa nestretlo 51% respondentov a nevedeli uviesť, čo tento pojem znamená. Zo všetkých odpovedí 37 % uviedlo približne presné odpovede, najčastejšie odpovedali že ide o potraviny s pridanou funkciou, sú určitou prevenciou pred chorobami alebo napomáhajú liečebným procesom (napríklad potraviny pre diabetikov, celiakov či ľudí s intoleranciou na laktózu). Ďalej boli odpovede rôzne, ktoré sa nedali zhrnúť do žiadnej kategórie a tvorilo ich 12 %. Tieto odpovede sa však nepribližovali definíciám funkčných potravín.

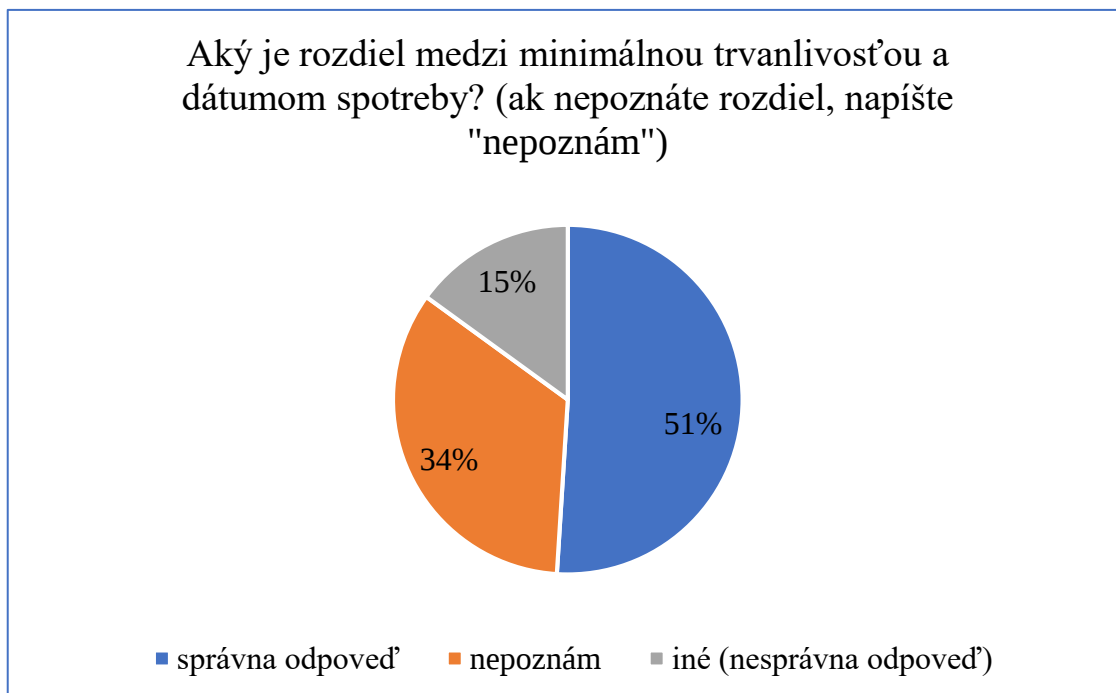
Graf č. 13: Poznáte rozdiel medzi minimálnou trvanlivosťou a dátumom spotreby?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Až 71 % respondentov uviedlo, že pozná rozdiel medzi dátumom spotreby a minimálnou trvanlivosťou potravín. Zvyšných 29 % uvádza, že tento rozdiel nepozná.

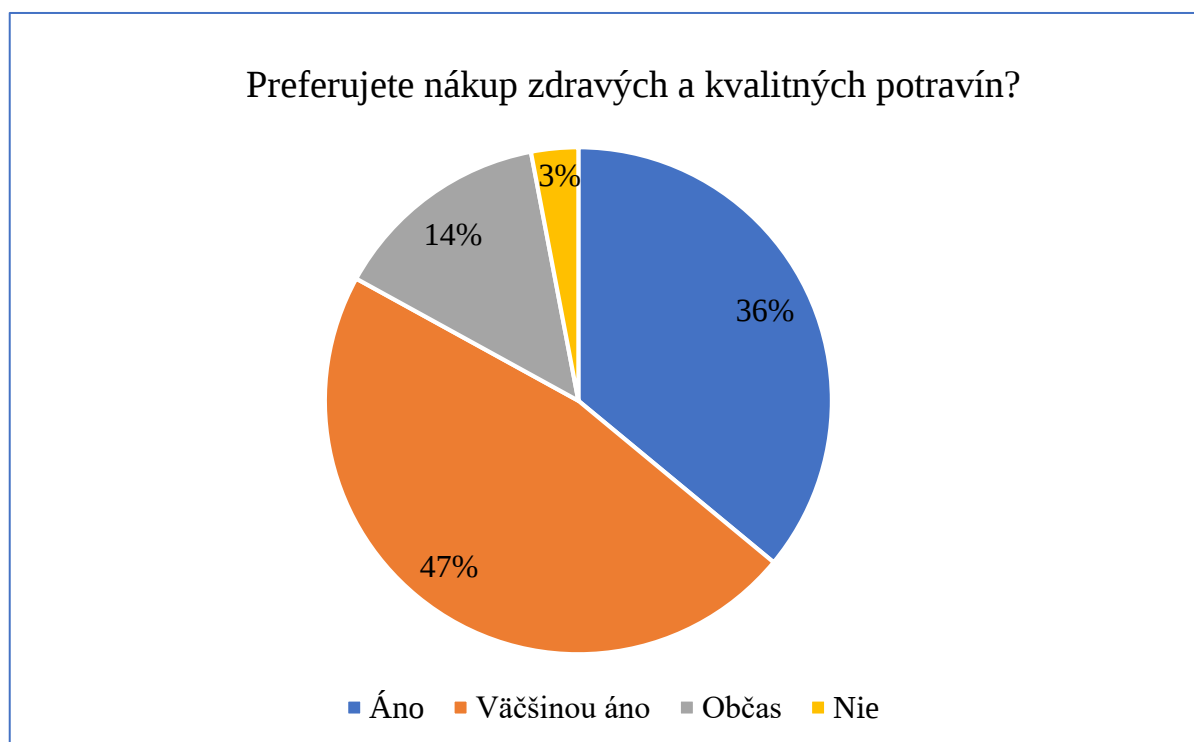
Graf č.14: Aký je rozdiel medzi minimálnou trvanlivosťou a dátumom spotreby?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Napriek tomu, že v predchádzajúcej otázke uviedlo 71 % respondentov, že pozná rozdiel medzi dátumom spotreby a minimálnou trvanlivosťou, v otvorenej otázke, kde mali respondenti opísať tento rozdiel len 51 % uviedlo správnu odpoveď. Ďalších 34 % uviedlo, že rozdiel v skutočnosti nepozná a 15 % respondentov uviedlo nesprávnu odpoveď.

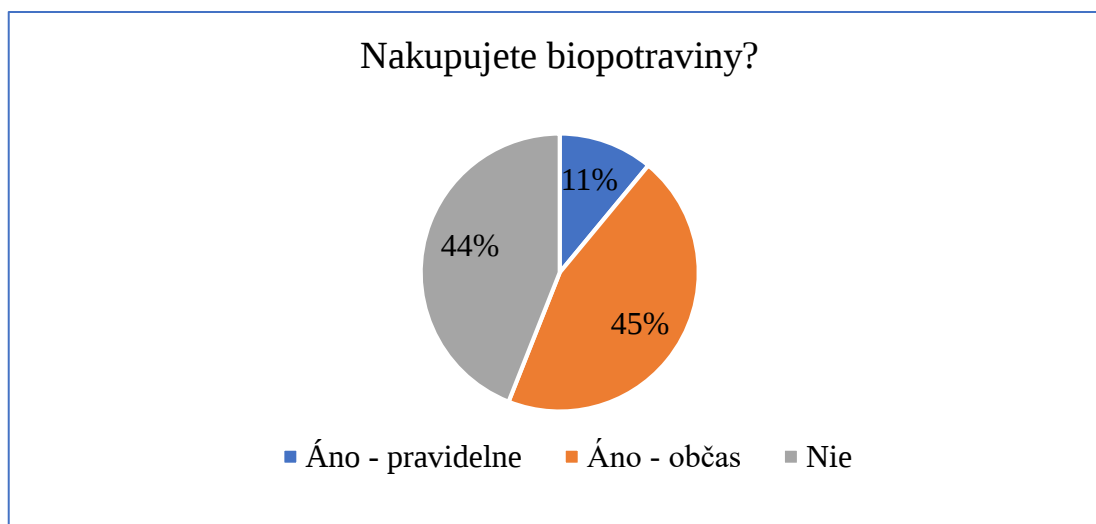
Graf č. 15: Preferujete nákup zdravých a kvalitných potravín?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Pri skúmaní nákupných preferencií v sfére zdravých potravín sme zistili, že 45 % opýtaných väčšinou preferuje nákup zdravých potravín a 36 % preferuje nákup zdravých potravín pri svojich nákupných rozhodnutiach. Z opýtaných, 14 % občas preferuje nákup zdravých potravín a 3 % uviedli, že nepreferujú zdravé potraviny pred inými. Môžeme teda tvrdiť, že až 80 % respondentov vo všeobecnosti preferuje nákup zdravých potravín.

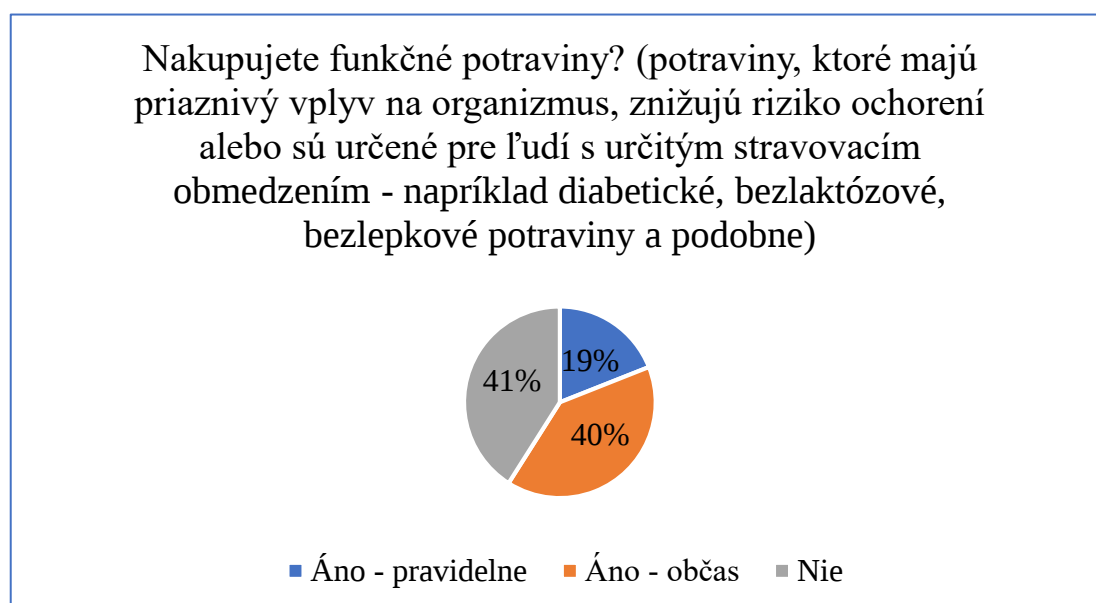
Graf č. 16: Nakupujete biopotraviny?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Ďalšia otázka skúmala nákupné preferencie spotrebiteľov pri biopotravinách. Z opýtaných iba 11 % uviedlo, že nakupuje biopotraviny na pravidelnej báze. Biopotraviny občas nakupuje 45% všetkých opýtaných respondentov a 44 % ich nenakupuje vôbec. Hoci sme v deviatej otázke (graf č. 11), pri skúmaní povedomia o pojme biopotraviny zistili, že 71 % respondentov má k biopotravinám skôr pozitívny vzťah, vieme povedať že 51 % respondentov ich kupuje aspoň občas.

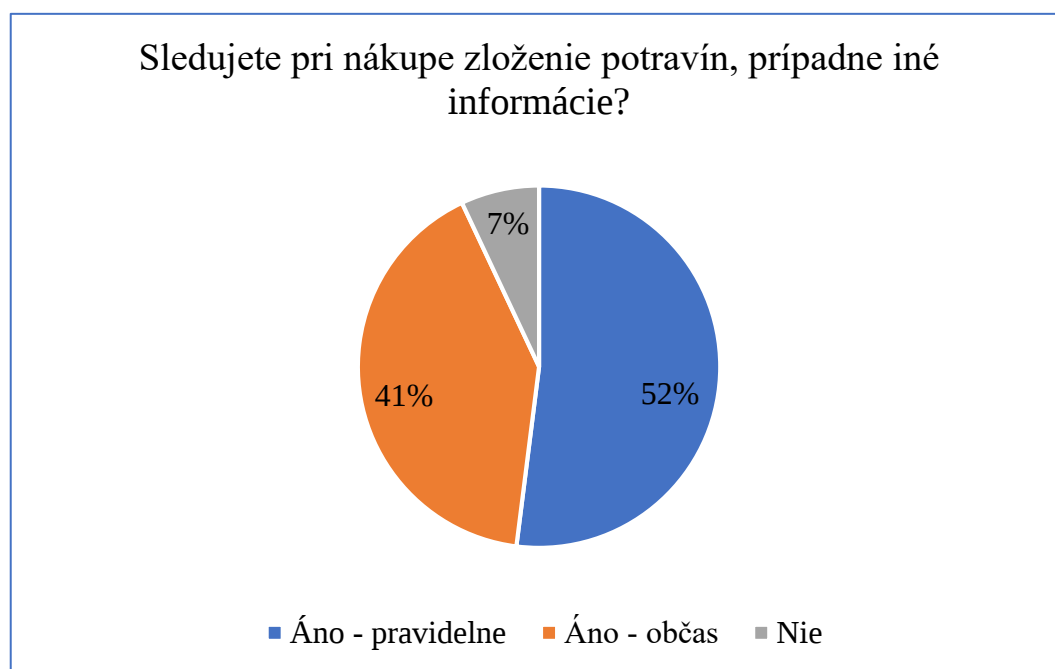
Graf č. 17: Nakupujete funkčné potraviny?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Pri skúmaní nákupných preferencií s funkčnými potravinami sme respondentom uviedli aj krátky popis pojmu funkčné potraviny, keďže sme predpokladali, že tento termín nemusí byť všetkým respondentom známy, čo sme si aj potvrdili v desiatej otázke (graf č. 12), kde sme zistili, že 63 % respondentov nie je oboznámených s týmto pojmom. Po vysvetlení významu pojmu sme zistili, že 40 % respondentov nakupuje funkčné potraviny občas a 19 % ich nakupuje pravidelne. Zvyšných 41 % opýtaných uvádza, že nenakupujú funkčné potraviny vôbec.

Graf č. 18: Sledujete pri nákupe zloženie potravín, prípadne iné informácie?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Šestnástou otázkou sme skúmali či si spotrebitelia všimajú pri nákupe zloženie potravín, prípadne iné informácie uvedené či už na obale potravín alebo v blízkosti predávaných potravín. Vďaka riadnemu čítaniu informácií o potravinách získava spotrebiteľ potrebné informácie o pôvode, charaktere, trvanlivosti potravín a ďalších dôležitých aspektoch. Pred začatím dopytovania sme si stanovili jednu z výskumných otázok pri ktorej sme predpokladali, že aspoň polovica respondentov si všima pri nákupe zloženie potraviny, prípadne iné informácie. Túto výskumnú otázku môžeme potvrdiť, keďže z opýtaných si 52 % všima informácie pravidelne a 41 % si ich všima občas. Iba 7 % respondentov uviedlo, že si zloženie potravín, prípadne iné informácie nevšima.

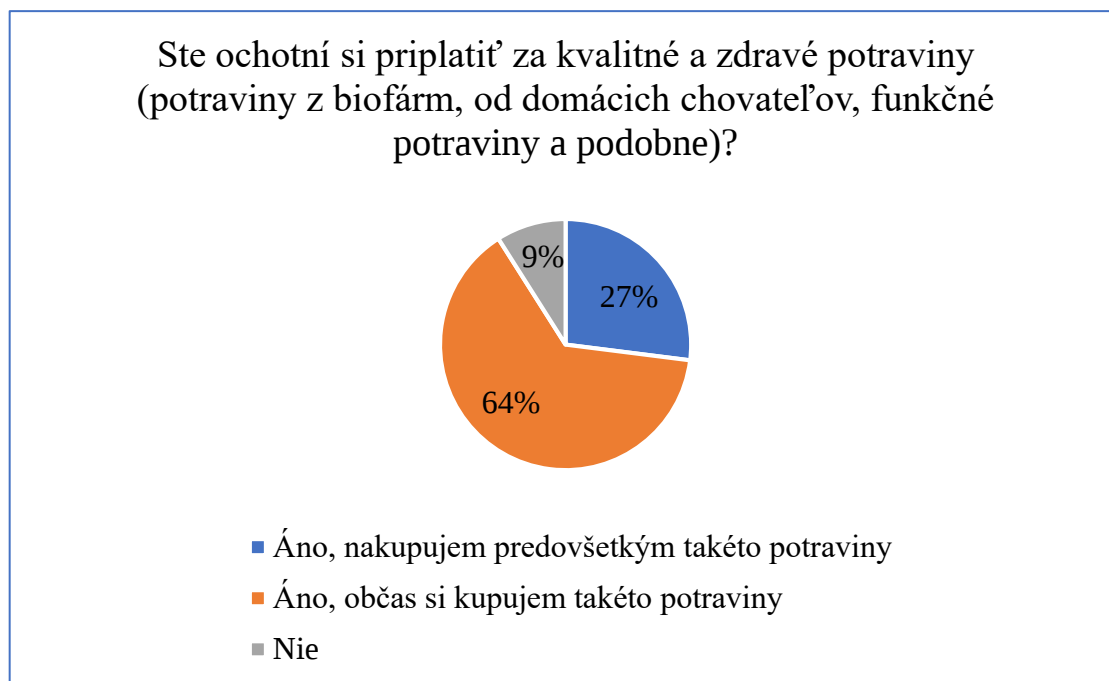
Graf č. 19: Aké informácie o potravinách si všímate pri nákupe potravín?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Pri zisťovaní, aké informácie si spotrebitelia všímajú najčastejšie, sme zistili, že najviac si spotrebitelia všímajú zloženie potravín (77 respondentov). Spotrebiteľov tiež vo vysokej miere zaujíma krajina pôvodu potravín (74 respondentov) a dátum spotreby alebo minimálna trvanlivosť (73 respondentov). Výrobca alebo dovozcu potravín si všíma 49 respondentov. Kalorické a nutričné hodnoty potravín zaujímajú 43 z opýtaných. Návod na prípravu a použitie si všíma 25 respondentov a 24 respondentov uviedlo, že ich zaujímajú alergény uvedené na obale potravín prípadne uvedené v blízkosti potravín. Trieda kvality zaujíma 22 respondentov. Najmenej opýtaných (13 respondentov) si všíma pokyny na skladovanie. Pri danej otázke mali respondenti možnosť zvoliť si viacero možností.

Graf č. 20: Ste ochotní si priplatiť za kvalitné a zdravé potraviny?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V osemnástej otázke sme skúmali či sú spotrebitelia ochotní vynaložiť vyššie náklady na kvalitné a zdravé potraviny, pričom 64 % uviedlo, že sú ochotní a občas si takéto potraviny zakúpi, 27 % uvádza že nakupujú predovšetkým takéto potraviny a 9 % nie je ochotných vynaložiť viac finančných prostriedkov na kvalitné a zdravé potraviny oproti ostatným potravinám.

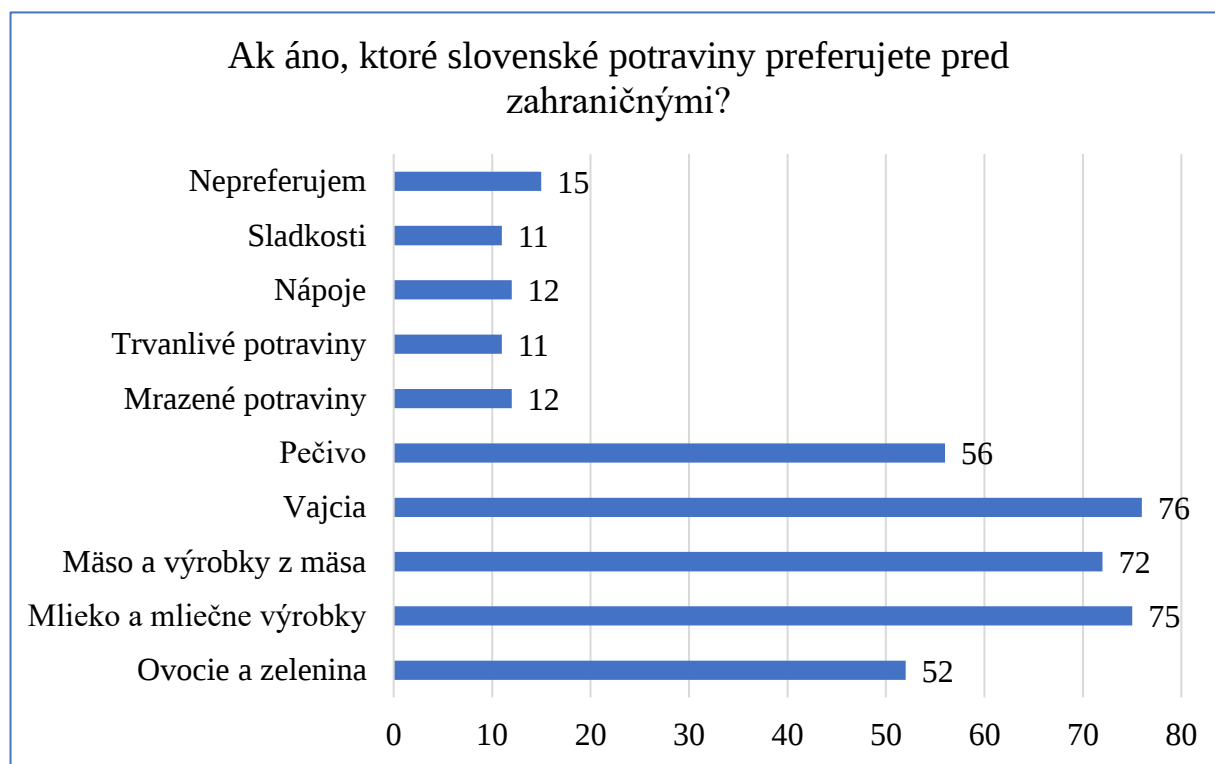
Graf č. 21: Uprednostňujete slovenské potraviny pred zahraničnými?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V rámci skúmania preferencií nákupu slovenských potravín pred zahraničnými až 80 % opýtaných uviedlo, že preferuje slovenské potraviny a zvyšných 15 % uvádza že nepreferuje slovenské potraviny.

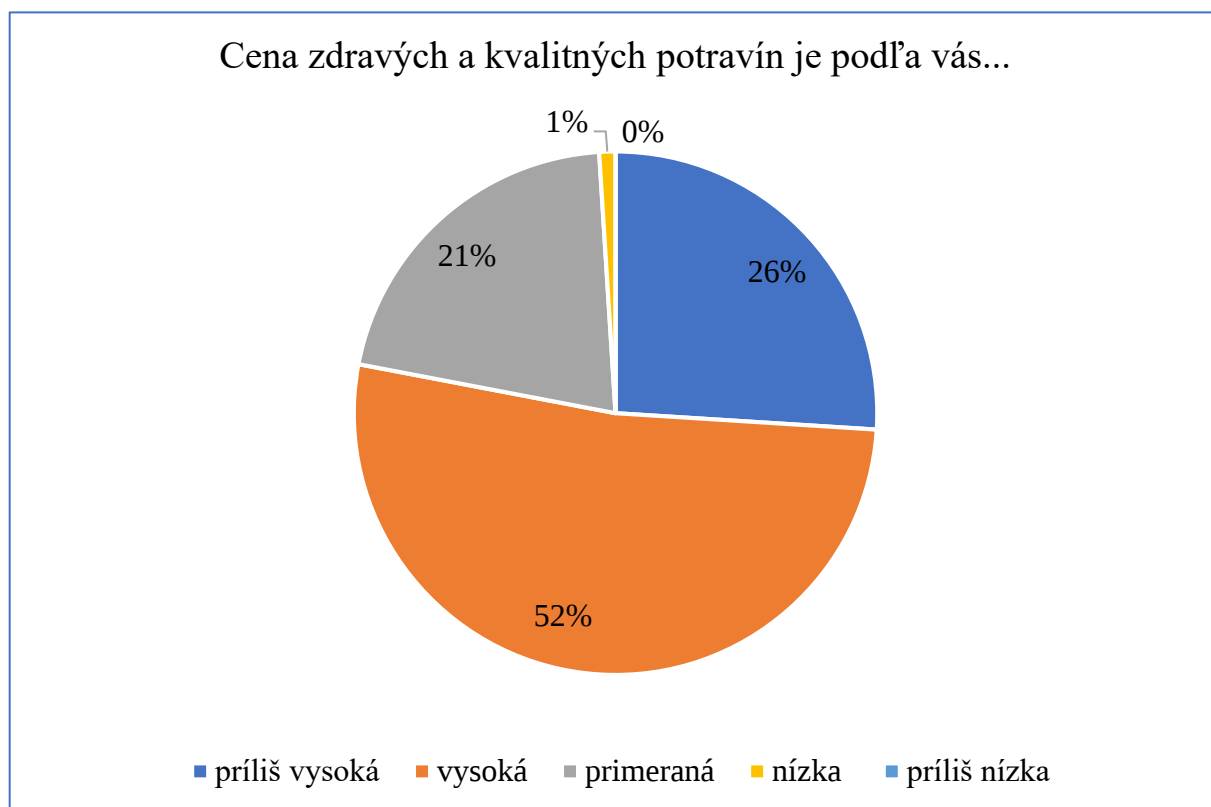
Graf č. 22: Ktoré slovenské potraviny preferujete pred zahraničnými?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V dvadsiatej otázke mali opäť respondenti možnosť označiť viacero možností, s ktorými sa stotožňujú. Zistovali sme, ktoré slovenské potraviny spotrebitelia preferujú pred zahraničnými, a zistili sme, že najviac opýtaných (76 respondentov) preferuje slovenské vajcia pred zahraničnými. Druhou najčastejšie označenou možnosťou bolo mlieko a mliečne výrobky, ktoré preferuje 75 z opýtaných. Mäso a výrobky z mäsa slovenského pôvodu preferuje 72 spotrebiteľov a pečivo preferuje 56 respondentov. Slovenské ovocie a zeleninu preferuje 52 respondentov. Preferencie slovenských mrazených potravín a rovnako aj nápojov vyjadrilo 12 respondentov. Preferencie slovenských mrazených potravín a rovnako aj nápojov vyjadrilo 12 respondentov. Trvanlivé potraviny a taktiež sladkosti slovenského pôvodu preferuje rovnako 11 opýtaných. A 15 respondentov uviedlo, tak ako v predchádzajúcej otázke, že potraviny slovenského pôvodu pred zahraničnými nepreferuje.

Graf č. 23: Cena zdravých potravín je podľa vás...



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Otázkou číslo dvadsaťjedna sme zisťovali, ako vnímajú spotrebitelia cenu zdravých a kvalitných potravín, pričom respondenti odpovedali formou škály od 1 do 5, pričom 1 znamenalo príliš nízka a 5 znamenalo príliš vysoká. Až 50 % opýtaných si myslí, že cena zdravých a kvalitných potravín je vysoká a 26 % ju považuje za príliš vysokú. Z opýtaných si 21 % myslí, že cena zdravých a kvalitných potravín je primeraná a len 1 % ju považuje za nízku. Žiadny z respondentov sa nevyjadril, že by považoval cenu zdravých a kvalitných potravín za príliš nízku.

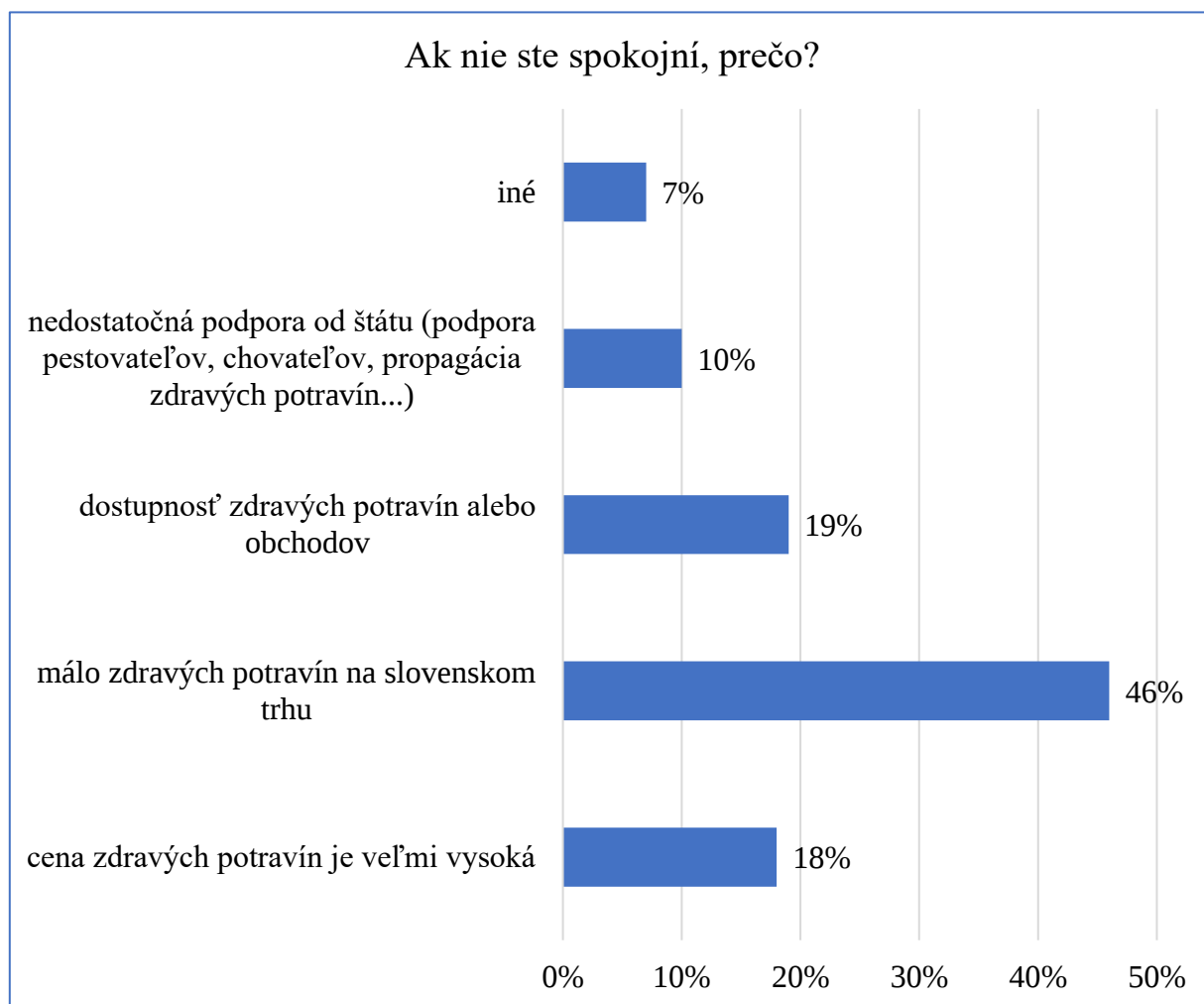
Graf č. 24: Ste spokojní s ponukou zdravých a kvalitných potravín na slovenskom trhu?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Ako ďalšiu výskumnú otázku sme si pred spustením dopytovania stanovili výrok v ktorom predpokladáme, že aspoň 30 % respondentov je spokojných s ponukou zdravých potravín na slovenskom trhu. Tu môžeme výskumnú otázku opäť potvrdiť, keďže 67 % opýtaných je s ponukou zdravých potravín aspoň čiastočne spokojných a 23 % je ich spokojných s ponukou zdravých a kvalitných potravín. Len 10 % respondentov uviedlo, že nie sú spokojní s ponukou zdravých a kvalitných potravín na slovenskom trhu. Následne sme respondentom ponúkli nepovinnú otvorenú otázku, v ktorej mohli vyjadriť a odôvodniť svoju odpoveď z tejto otázky. Odpovede boli na základe spoločných podobností rozdelené do jednotlivých kategórií a sú zobrazené na grafe č. 25.

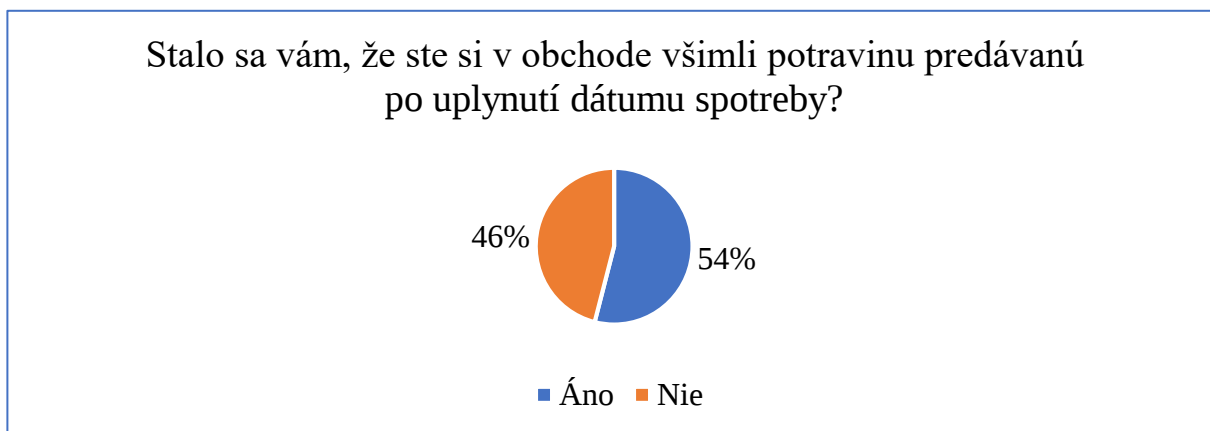
Graf č. 25: Ak nie ste spokojní, prečo?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Najvyšší počet respondentov, 46 %, uviedlo, že pomer zdravých potravín na slovenskom trhu je príliš nízky a zdravých potravín je málo. 19 % respondentov vníma ako problém dostupnosť zdravých potravín alebo samotných obchodov, ktoré ponúkajú zdravé potraviny a 18 % respondentov uvádza, že cena zdravých potravín je podľa nich veľmi vysoká. Ďalších 10 % respondentov vníma nedostatočnú podporu od štátu. Zvyšných 7 % odpovedí bolo odlišných a nemali žiadne podobnosti s predchádzajúcimi odpoveďami.

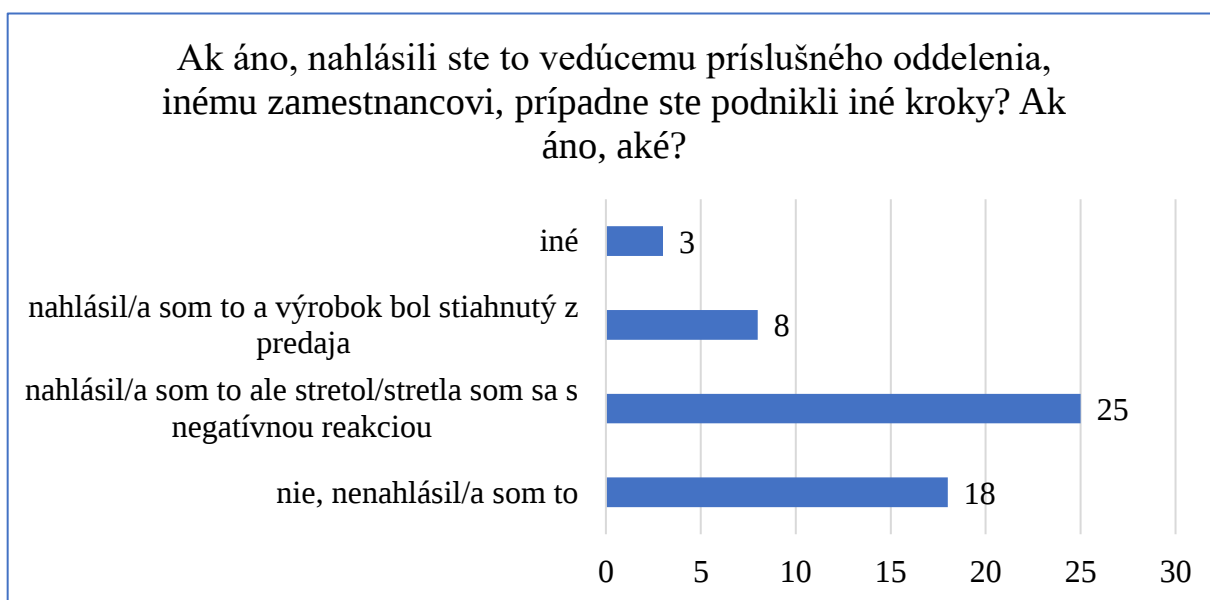
Graf č. 26: Stalo sa vám, že ste si v obchode všimli potravinu predávanú po uplynutí dátumu spotreby?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Nášou poslednou výskumnou otázkou bol predpoklad, že aspoň tretina respondentov si v obchode niekedy všimlo potravinu predávanú po uplynutí dátumu spotreby. Aj túto výskumnú otázku môžeme potvrdiť, keďže 54 % respondentov uvádza, že si v obchode už niekedy všimli predávať potravinu po uplynutí dátumu spotreby, a 46 % si takúto potravinu zatiaľ nevšimlo.

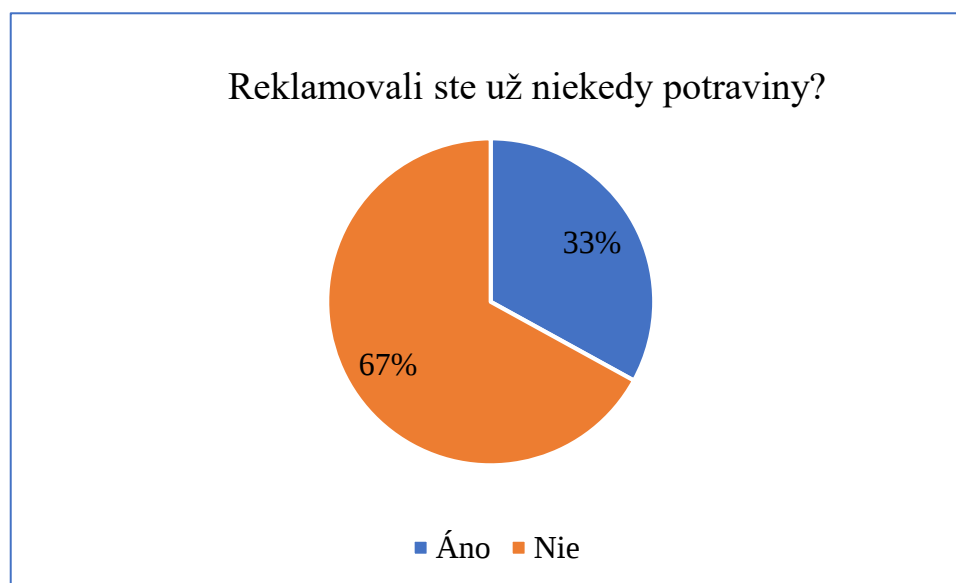
Graf č. 27: Stalo sa vám, že ste si v obchode všimli potravinu predávanú po uplynutí dátumu spotreby?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Ak respondenti odpovedali na predchádzajúcu otázku kladne, teda uviedli že sa už v obchode stretli s tým, že bola predávaná potravina po uplynutí dátumu spotreby, mohli sa v otvorenej otázke vyjadriť či danú skutočnosť nahlásili vedúcemu príslušného oddelenia alebo podnikli nejaké iné kroky, pričom 25 respondentov nahlásilo danú skutočnosť, ale stretlo sa s negatívnou reakciou zo strany predavačov alebo vedúcich príslušných oddelení. Výrobok nahlásilo 8 respondentov, pričom výrobok bol v ich prípade okamžite stiahnutý z predaja. Z rôznych dôvodov nenahlásilo danú skutočnosť 18 respondentov, pričom ako najčastejší dôvod uviedli respondenti nedostatok času. Iné 3 odpovede boli odlišné a nedali sa zaradiť do predchádzajúcich kategórií.

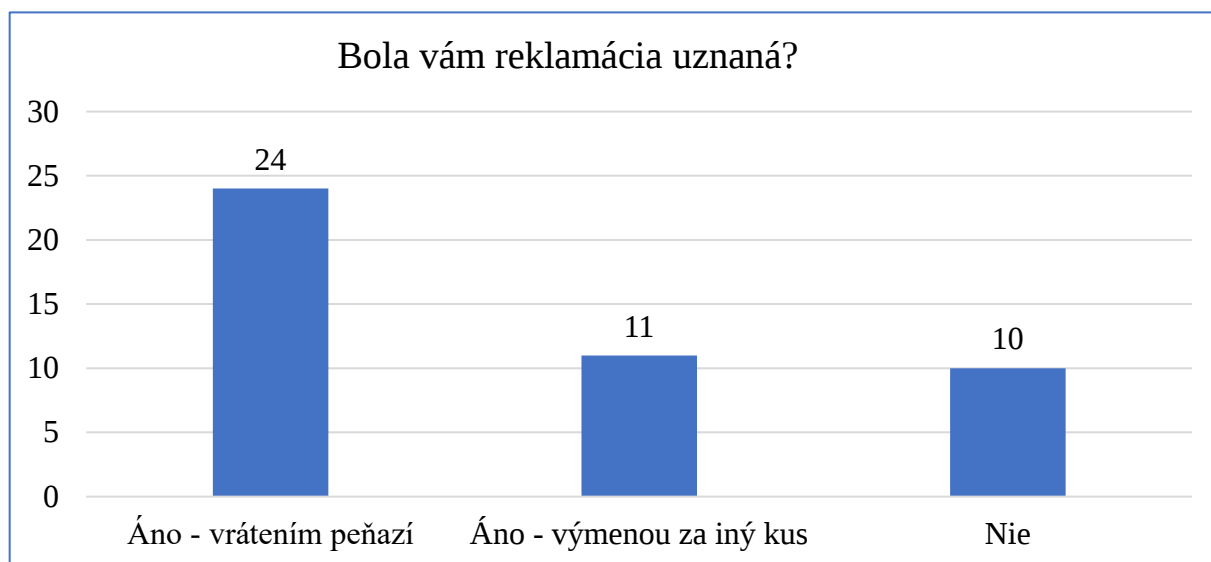
Graf č. 28: Reklamovali ste už niekedy potraviny?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V dvadsiatejšiestej otázke sme skúmali či respondenti mali už niekedy skúsenosť s reklamáciou potravín. Potraviny už niekedy reklamovalo 33 % respondentov, a naopak, túto skúsenosť zatiaľ nemá 67 % spotrebiteľov. Spotrebiteľom, ktorí odpovedali kladne, teda že už niekedy reklamovali potraviny, sme položili doplňujúcu otázku či im bola reklamácia uznaná. Odpovede sú graficky znázornené na grafe č. 28.

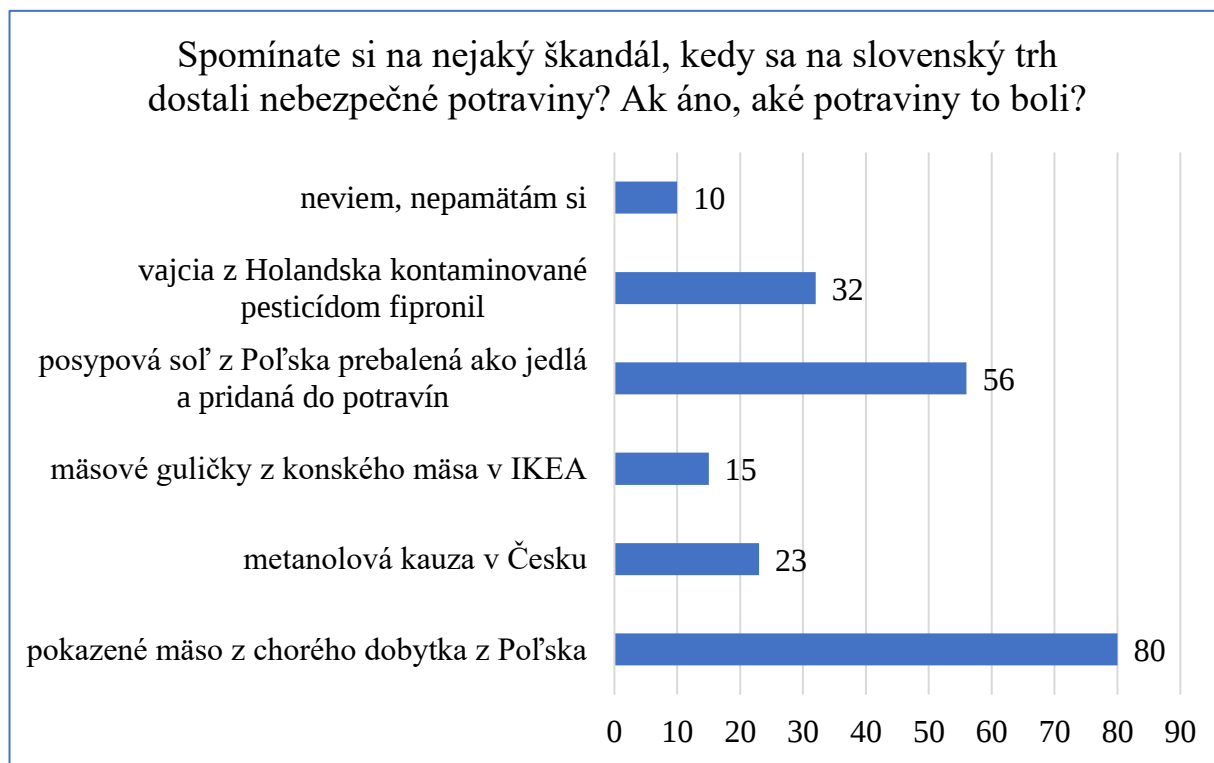
Graf č. 29: Bola vám reklamácia uznaná?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Reklamácia bola uznaná formou vrátenia peňazí za potravinu 24 respondentom a výmenou za kus 11 respondentom. Reklamácia nebola uznaná 10 respondentom.

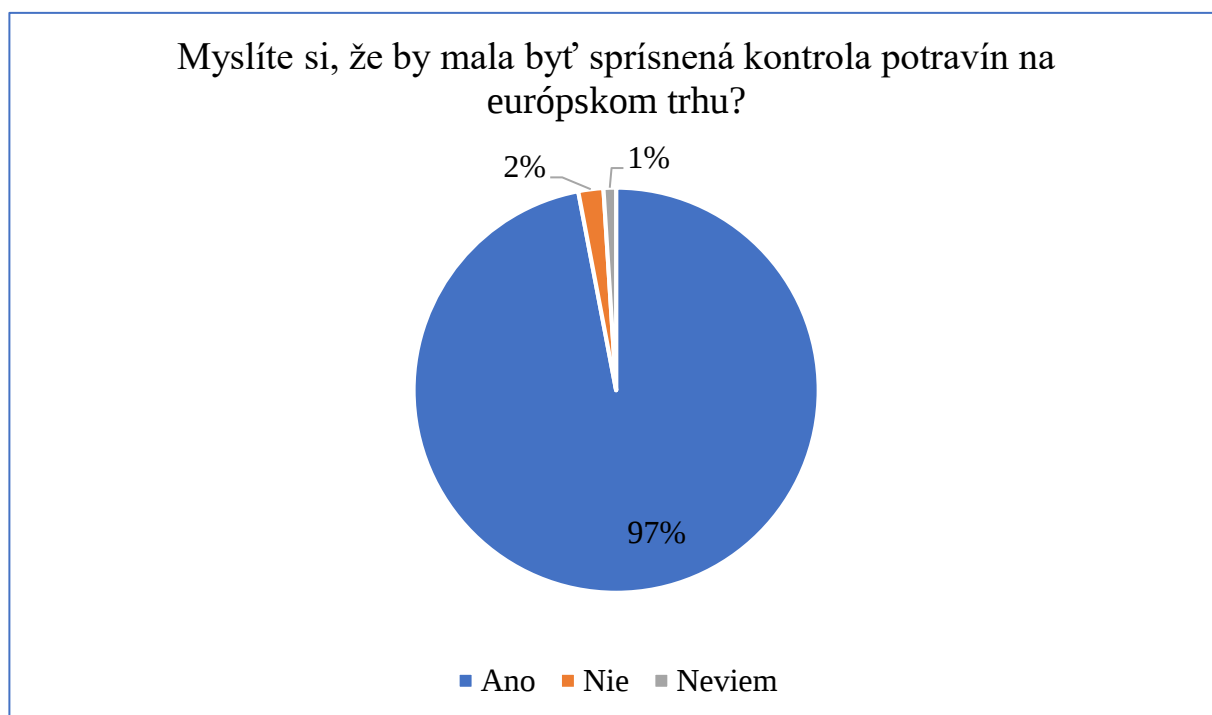
Graf č. 30: Spomínate si na nejaký potravinový škandál?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

V ďalšej otázke, spracovanej na grafe č. 29, sme skúmali povedomie respondentov o potravinových škandáloch, pri ktorých sa na slovenský trh dostali nebezpečné potraviny. Otázka bola otvorená a respondenti mohli teda spomenúť aj viacero škandálov, na ktoré si pamätajú. Vzhľadom k nedávnym udalostiam, je pochopiteľné že až 80 respondentov uviedlo, že im rezonovala kauza z januára 2019, kedy sa aj na slovenský trh dostalo pokazené mäso z Poľska. Ďalšia kauza, ktorú spomenulo 56 respondentov bolo použitie posypovej soli do potravín, opäť v Poľsku. Kauzu s vajcami kontaminovanými pesticídmi z Holandska uviedlo 32 respondentov a na metanolovú kauzu s nebezpečným alkoholom si spomenulo 23 respondentov. Predovšetkým respondenti z Bratislavského kraja uviedli aj kauzu v IKEA, kde sa predávali mäsové guľičky z konského mäsa, a spomenulo túto kauzu 15 respondentov. Zvyšných 11 respondentov si nespomenulo, alebo neuviedlo žiadnu potravinovú kauzu.

Graf č. 31: Myslíte, že by mala byť sprísnená kontrola potravín na európskom trhu?



Zdroj: vlastné spracovanie, marec 2019

Na grafe č. 30 môžeme vidieť odpovede respondentov na poslednú otázku, kde sme sa pýtali na názor či by mala byť sprísnená kontrola potravín na európskom trhu, pričom väčšina respondentov (až 97 %) uvádza, že by podľa nich mala byť sprísnená kontrola. Len 2 % respondentov si myslí že by nemala byť sprísnená kontrola a 1 % uvádza, že nevie.

5 DISKUSIA

Na základe vypracovania záverečnej práce môžeme vyvodiť isté závery a na základe tých môžeme vytvoriť návrhy a odporúčania slúžiace na zlepšenie spotrebiteľskej gramotnosti v oblasti zdravých potravín. V úvode práce sme si stanovili výskumné otázky, ktoré v tejto kapitole vyhodnotíme na základe výsledkov prieskumu, realizovaného prostredníctvom dopytovania.

5.1 Vyhodnotenie výskumných otázok

V prvej otázke sme zisťovali či si aspoň tretina respondentov všimla v obchode potravinu predávanú po uplynutí dátumu spotreby. Na základe odpovedí dvadsiatejštvrtej otázky z dotazníka (graf č. 26) môžeme tvrdiť, že 54 % respondentov uvádza, že si v obchode už niekedy všimli predávať potravinu po uplynutí dátumu spotreby. Našu prvú výskumnú otázku teda potvrdzujeme. Neskôr respondenti uviedli, že väčšina tých, ktorí upozornili personál predajne na takúto potravinu, sa stretli s negatívnou reakciou zamestnancov, prípadne vedenia. Malo by byť v záujme predávajúcich reagovať v takýchto prípadoch ústretovo voči spotrebiteľom a daný produkt z predaja stiahnuť, keďže môže predstavovať pre konzumentov potenciálne riziko.

Druhou výskumnou otázkou sa pýtame, či je aspoň tretina respondentov spokojná s ponukou zdravých potravín na slovenskom trhu. Túto otázku môžeme taktiež potvrdiť, keďže 67 % opýtaných je s ponukou zdravých potravín aspoň čiastočne spokojných a 23 % je ich spokojných. Len 10 % respondentov uviedlo, že nie sú spokojní s ponukou zdravých a kvalitných potravín na slovenskom trhu. Pýtali sme sa tiež na dôvody, pre ktoré respondenti nie sú spokojní, pričom respondenti uviedli ako hlavné dôvody, že pomer zdravých potravín na slovenskom trhu je príliš nízky a zdravých potravín je málo. Ďalším problémom vnímajú dostupnosť zdravých potravín alebo samotných obchodov, ktoré ponúkajú zdravé potraviny a tiež považujú ich cenu za veľmi vysokú. Nedostatočná podpora od štátu a propagácia boli tiež dôvodom nespokojnosti respondentov.

V tretej výskumnej otázke sme zisťovali, či všima si aspoň polovica respondentov pri nákupe zloženie potraviny, prípadne iné informácie. Aj poslednú výskumnú otázku potvrdzujeme, keďže z opýtaných si 52 % všima informácie pravidelne a 41 % si ich všima občas. Iba 7 % respondentov uviedlo, že si zloženie potravín, prípadne iné informácie nevšima.

Zisťovali sme aj to, ktoré informácie si respondenti všimajú pri nákupe potravín. Najviac si spotrebitelia všimajú zloženie potravín, krajinu pôvodu potravín dátum spotreby alebo minimálna trvanlivosť. Vďaka dôkladnému čítaniu a pochopeniu informácií o potravinách získava spotrebiteľ potrebné informácie, vďaka ktorým môže spraviť racionálne nákupné rozhodnutia. Spotrebiteľ by si mal pri nákupe riadne prečítať všetky dôležité informácie o potravinách a jej pôvode, a riadiť sa pokynmi na skladovanie a prípravu. Môže tak predísť potenciálnym zdravotným rizikám spôsobeným vadou potraviny.

5.2 Návrhy a odporúčania

Po vyhodnotení prieskumu navrhujeme určité konkrétne opatrenia a návrhy na zlepšenia spotrebiteľskej gramotnosti v oblasti zdravých potravín:

- zavedenie výučby spotrebiteľskej politiky na základných a stredných školách,
- príprava marketingovej kampane na zvýšenie povedomia spotrebiteľov o ich právach,
- zjednodušenie legislatívnych predpisov v sfére spotrebiteľov,
- zvýšenie povedomia o slovenských potravinách,
- zvýšenie povedomia o zdravých potravinách.

Aby sme dosiahli vyššiu úroveň spotrebiteľskej vzdelanosti a informovanosti, navrhujeme zaviesť výučbu bloku Spotrebiteľská výchova na základných a stredných školách. Tento blok by mohol byť súčasťou predmetu občianska výchova na základných školách a predmetu náuka o spoločnosti na stredných školách, prípadne tvoriť samostatný voliteľný predmet. Vďaka tomu by sme spotrebiteľov vychovávali k získavaniu relevantných informácií už od detstva. Vo výučbe spotrebiteľskej výchovy by sa žiaci dozvedeli, aké majú práva v jednotlivých oblastiach a ako sa správať v prípade porušenia ich práv. Vzdelávali by sa aj v oblasti spotrebiteľskej politiky Slovenskej republiky a Európskej únie. Jednou z oblastí vzdelávania by bola aj výchova v oblasti zdravých potravín, pri ktorej by sa žiaci dozvedeli napríklad aké informácie si treba všímať pri nákupe potravín, ako rozlíšiť potenciálne rizikové senzorické vlastnosti pri potravinách a aké potraviny sú pre ich organizmus zdravé. Vo vyučovacom procese možno využívať rôzne aktivizujúce metódy, napríklad metódu situačnú alebo inscenačnú, pri ktorých by si žiaci vyskúšali vžiť sa do modelových situácií a naučiť sa správne reagovať. Taktiež by sa žiaci základných a stredných škôl vzdelávali formou workshopov alebo brainstormingu.

Ďalším návrhom je príprava a spustenie kampane na zvýšenie povedomia spotrebiteľov o ich právach. Kampaň by mala formu krátkych televíznych, rádiových a internetových reklám, ktoré by boli jednotlivo zamerané na rôzne oblasti práv spotrebiteľa. Voľba všetkých týchto médií by dopomohla k zasiahnutiu rôznych generácií spotrebiteľov, keďže spotrebiteľská výchova je celoživotný proces. Média by šírili viacero reklamných spotov, pričom každý by sa zameriaval na jednotlivé oblasti práv spotrebiteľa a ich ochrany. Okrem reklamných spotov v rádiách, televíziách a na internete by sa pre rizikovú skupinu seniorov zorganizovali edukatívne akcie, na ktorých by sa dozvedeli o svojich právach a ako sa brániť v prípade ich porušenia. Zároveň by sa pre nich vytvorili jednoduché príručky, v ktorých by boli zhrnuté ich základné práva v jednotlivých oblastiach, takže kedykoľvek by sa mohli k informáciám vrátiť. V príručke by boli zároveň uvedené všetky kontaktné miesta v prípade porušenia ich spotrebiteľských práv. Príručku by sa seniorom rozdávali počas spomínaných edukačných akcií, a pre seniorov, ktorí sa z rôznych dôvodov nezúčastnia akcií, by boli dostupné na všetkých poštách. Na príručky by boli postavené samostatné stojany, v ktorých by si seniori, ale aj ostatní spotrebitelia, mohli vziať príručku pre spotrebiteľov. Keďže na Slovensku je pomerne nízke povedomie o Svetovom dvi spotrebiteľských práv, v rámci marketingovej kampane vidíme priestor aj na jeho zviditeľnenie, napríklad aj prostredníctvom spomínaných edukačných akcií a informačných príručiek spotrebiteľov.

V nadväznosti na to navrhujeme prehľadné vysvetlenie spotrebiteľských práv, keďže v súčasnosti má spotrebiteľ k dispozícii rôzne zdroje spotrebiteľských práv, napríklad práva spotrebiteľa podľa Európskej únie, podľa organizácie OSN, slovenského Zákona o ochrane spotrebiteľa či práva spotrebiteľa z roku 1962, položené americkým prezidentom Kennedym. Spotrebiteľ tak môže ostať zahltený rôznymi informáciami a stratiť prehľad. V tomto prípade by pomohla jednoduchá príručka práv pre spotrebiteľov, v ktorej by boli vysvetlené jednotlivé práva spotrebiteľa. Spotrebiteľ by tak získal jednoduchý prehľad svojich práv s ukázkovými príkladmi riešenia rôznych typov konfliktov a ich riešení. Tieto situačné príklady by sa týkali rôznych oblastí ochrany práv spotrebiteľa.

Ďalším návrhom je zvýšenie povedomia spotrebiteľov o slovenských potravinách a ich kvalite. Škandály s nebezpečnými potravinami v ľudoch dlho rezonujú, a aj začiatkom roka 2019 sa objavili nebezpečné potraviny na Slovenskom trhu. Podľa respondentov nášho

prieskumu by mali byť sprísnené kontroly potravín na európskom trhu, aby sa znížilo riziko ohrozenia zdravia. Dôvera v slovenské potraviny je podľa nášho prieskumu vysoká, avšak stále existuje priestor na jej zlepšenie a na zvýšenie nákupu a konzumácie slovenských potravín. To by sa dalo doceliť silnou podporou nákupu slovenských potravín a pokračovanie trendu propagácie slovenských potravín. V prípade reklamných plagátov obchodných predajní by mohli byť jednotlivé slovenské potraviny zvýraznené, prípadne ich popis by bol rozšírený o podrobnejšie informácie o ich pôvode a kvalite.

Posledným návrhom je zvýšenie povedomia a zviditeľnenie zdravých potravín. Keďže zdravé potraviny v značnej miere ovplyvňujú kvalitu a aj dĺžku života, je potrebné spotrebiteľov viesť práve k výberu zdravých potravín. Zamerali by sme sa jednak na mladých ľudí, aby sme v nich vybudovali návyky ku konzumácii takýchto potravín, ale aj na seniorov, ktorí tvoria rizikovú skupinu spotrebiteľov, a zdravé potraviny si častokrát nemôžu dovoliť. Mladým ľuďom by sme na základných a stredných školách ponúkli v školských stravovacích zariadeniach viac zdravých potravín, pričom by sa študenti mohli kúpou zdravých potravín zapojiť do súťaže o vecné ceny, alebo o nákup vo vybraných predajniach. Seniorom by sme zdravé potraviny priblížili v tematickom týždni zdravých potravín, ktorý by sa konal v rôznych predajniach na celom Slovensku a v ponuke predajní by počas tohto týždňa boli zlacnené práve kvalitné a zdravé potraviny. Pomohlo by sa tak k budovaniu povedomia o zdravých potravinách u viacerých generácií.

ZÁVER

Témou záverečnej práce bola Ochrana spotrebiteľa v konkrétnej sfére a my sme sa zaoberali sférou zdravých potravín. V diplomovej práci bola hlavným cieľom analýza povedomia spotrebiteľov v oblasti zdravých potravín. V nadväznosti na to sme stanovili konkrétne odporúčania vo vybranej sfére, ktoré majú napomáhať k skvalitneniu ochrany práv spotrebiteľov vo všeobecnosti. Na dosiahnutie hlavného cieľa záverečnej práce sme si stanovili čiastkové ciele.

Dôvodom výberu sféry zdravých potravín bol predovšetkým fakt, že bezpečnosť a kvalita potravín úzko súvisí so zdravým a kvalitou života ľudí. Keďže každá z nás je spotrebiteľom aj v oblasti potravín, je dôležité dohliadať na ich kvalitu a bezpečnosť pre ľudí. Na európskom trhu sa v minulosti vyskytlo mnoho nebezpečných potravín, ktoré mali na svedomí aj ľudské životy. Aj začiatkom roka 2019 sa priamo na slovenský trh dostali nebezpečné potraviny z Poľska a vyvolali búrlivé diskusie o kontrole kvality potravín a výške sankcií pre predávajúcich.

Keďže každý z nás je spotrebiteľ, hrozia nám pri nákupných rozhodnutiach rôzne riziká. Oblasť potravín je obzvlášť citlivá, keďže nebezpečné potraviny nám môžu vážne oblížiť na zdravý či živote. Preto je dôležitá spotrebiteľská výchova a ochrana práv spotrebiteľa

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ, Martina MRÁZIKOVÁ a Andrej MIKLOŠÍK. *Ochrana spotrebiteľa*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, 279 s. [17,505 AH]. ISBN 978-80-225-3180-1.
2. DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. *Spotrebiteľská politika I*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014, 335 s. [14,33 AH]. ISBN 978-80-225-3950-0.
3. DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. *Spotrebiteľská politika II*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 309 s. [13,46 AH]. ISBN 978-80-225-4045-2.
4. DZUROVÁ, Mária, Branislav FRIDRICH, Marína KORČOKOVÁ a Jozef ORGONÁŠ. *Spotrebiteľská politika: praktikum*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 197 s. [7,60 AH]. ISBN 978-80-225-4217-3.
5. DZUROVÁ, Mária, Vanda LIESKOVSKÁ, Branislav FRIDRICH, Dana VOKOUNOVÁ a Juraj KUBIŠ. *Spotrebiteľské teórie a reálie*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2007, 293 s. ISBN 978-80-225-2327-1.
6. DZUROVÁ, Mária. *Celoživotné vzdelávanie spotrebiteľa: Lifelong learning*. Gramotnosť spotrebiteľov a spotrebiteľská politika: zborník vedeckých statí. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, , 28-36. ISBN 978-80-225-4164-0
7. DZUROVÁ, Mária. *Finančný spotrebiteľ na finančnom trhu*. Spotrebiteľ na finančnom trhu: zborník vedeckých statí. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2018, , 23-34. ISBN 978-80-225-4569-3.
8. DRGONCOVÁ, Jana a Katarína MALÍKOVÁ. *Zákon o ochrane spotrebiteľa*. Ekonomický a právny poradca podnikateľa. Žilina: Poradca podnikateľa, 2000, (7), 124-163. ISSN 1335-0714.
9. HRAŠKO, Pavel, Blanka BABOĽOVÁ, Darina ELIAŠOVÁ, et al. *Spotrebiteľské teórie a reálie*. Bratislava: Ekonomická univerzita, 1995, 246 s. ISBN 80-225-0631-1.
10. KULČÁKOVÁ, Marta a Kornélia RICHTEROVÁ. *Spotrebiteľ na trhu: faktory, stratégia, reakcie*. Bratislava: Sprint vfra, 1997, 182 s. Nová ekonómia. ISBN 80-88848-19-9.

11. ŠÍBL, Drahoš, Peter BALÁŽ, Elena BEŇOVÁ, et al. *Veľká ekonomická encyklopédia: výkladový slovník A-Ž*. 2. rozš. vyd. Bratislava: Sprint v.fra, 2002, 967 s. ISBN 80-89085-04-0.
12. VIESTOVÁ, Kristína, Jana ŠTOFILOVÁ, Petr CIMLER, et al. *Lexikón obchodu (1): trh, obchod, tovar*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2006, 316 s. ISBN 80-225-2131-0.

Zahraničná literatúra

1. *Consumer policy toolkit*. Paris: OECD, 2010, 125 s. ISBN 978-92-64-07965-6.
2. KOTOUČOVÁ, Jiřina, Zbyněk ŠVARC. *Ochrana spotrebiteľa (vybrané otázky právnej úpravy)*. Praha: Vydavateľstvo Oeconomica, 2007. s. 13. ISBN 978-80-245-1262-4.
3. ONDŘEJ, Jan. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele*. Praha: Vydavateľstvo C. H. Beck, 2013, 365 s. ISBN 807-40-0446-5
4. STEFFENS, Heiko. *Správanie spotrebiteľov a spotrebiteľská politika*. 2. vyd. Přeložil Adriana HORNÍKOVÁ. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2006, 133 s. ISBN 80-225-1911-1.
5. TOMANČÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotrebiteľa v praxi se vzory a príklady*. Praha: Linde Praha, 2008, 222 s. ISBN 978-80-7101-695-2.

Internetové zdroje

Zákon o ochrane spotrebiteľa. [online]. Dostupné na: <http://www.strategie.sk/files/dokumenty/zakony/Ochrana_spotrebiteľa.pdf>

Ministerstvo hospodárstva SR: Návrh Stratégie spotrebiteľskej politiky Slovenskej republiky na roky 2014 –2020 [online]. Dostupné na: <<https://www.mhsr.sk/uploads/files/j7uFbSIi.pdf>>

Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky: *Európske spotrebiteľské centrum si získalo dôveru spotrebiteľov, využívajú ho stále viac*. Tlačová správa, 2019. [online]. Dostupné na: <<https://www.mhsr.sk/press/europske-spotrebiteľske-centrum-si-ziskalo-doveru-spotrebiteľov-vyuzivaju-ho-stale-viac>>

Európske spotrebiteľské centrum v Slovenskej republike: *Európske spotrebiteľské centrum v SR bolo úspešné v 70% prípadov. 2017* [online]. Dostupné na: <<https://esc-sr.sk/novinky/europske-spotrebiteľske-centrum-v-sr-bolo-uspesne-v-70-pripadov/>>

Európska komisia: *European Consumer Centres Network (ECC-Net)* [online]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/performance_by_governance_tool/european_consumer_centre_network/index_en.htm>

Consumer International. [online]. Dostupné na: <<https://www.consumersinternational.org/what-we-do/world-consumer-rights-day/>>

Štatistika Európskej komisie [online]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/performance_by_governance_tool/european_consumer_centre_network/index_en.htm>

Nariadenie Európskej únie č. 178/2002. *Zákon o potravinách*. [online] Dostupné na: <http://www.economy.gov.sk/ext_dok-1782002-5050/116473>

Vyhláška č. 81/2018 Z. z. o požiadavkách na označovanie potravín. [online] Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2018/81/vyhlasene_znenie.html >

PRÍLOHY