

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA
V NITRE
FAKULTA BIOTECHNOLÓGIE A POTRAVINÁRSTVA**

1126356

**BEZPEČNOSŤ POTRAVÍN A SPOTREBITEĽSKÁ
POLITIKA EÚ**

2010

Zlatica KOČIŠOVÁ

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA V
NITRE
FAKULTA BIOTECHNOLÓGIE A POTRAVINÁRSTVA**

**BEZPEČNOSŤ POTRAVÍN A SPOTREBITEĽSKÁ
POLITIKA EÚ**

Bakalárska práca

Študijný program:	Bezpečnosť a kontrola potravín
Študijný odbor:	6.1.13 Spracovanie poľnohospodárskych produktov
Školiace pracovisko:	Katedra hygieny a bezpečnosti potravín
Školiteľ:	doc. Ing. Jozef Golian, Dr.

Nitra 2010

Zlatica KOČIŠOVÁ

Čestné vyhlásenie

Podpísaná Zlatica Kočišová vyhlasujem, že som záverečnú prácu na tému „Bezpečnosť potravín a spotrebiteľská politika EÚ“ vypracovala samostatne s použitím uvedenej literatúry.

Som si vedomá zákonných dôsledkov v prípade, ak uvedené údaje nie sú pravdivé.

V Nitre 20. mája 2010

.....

Pod'akovanie

Dovoľujem si touto cestou poďakovať školiteľovi doc. Ing. Jozefovi Golianovi, Dr., za odborné vedenie bakalárskej práce, za pomoc, rady, pripomienky a tiež za cenné poznatky, ktoré mi poskytol pri jej vypracovaní.

Zároveň chcem poďakovať svojej rodine za ich všestrannú podporu počas štúdia.

ABSTRAKT

Cieľom bakalárskej práce bolo analyzovať spotrebiteľskú politiku vo vzťahu k bezpečnosti potravín na jednotnom európskom trhu a fungujúci európsky systém bezpečnosti potravín, a to z pohľadu legislatívneho aj inštitucionálneho.

Každý človek je spotrebiteľom. Spotreba sa týka každého z nás, minimálne na úrovni uspokojovania základných potrieb. S rastom ekonomického blahobytu sa zvyšujú nároky spotrebiteľa na kvantitatívnu, ale najmä kvalitatívnu stránku spotreby. Spotrebiteľ sa stáva vyberavým, sleduje trh, rozoberá možnosti nákupu a vyhodnocuje ho. Poznať spotrebiteľské správanie spotrebiteľa dáva výrobcovi lepšiu šancu presadiť sa na trhu. Dôvera spotrebiteľov ku kvalite a bezpečnosti potravín bola v poslednom období značne oslabená. Pre informovanie a vzdelávanie spotrebiteľov boli vytvorené spotrebiteľské organizácie a združenia.

Základným princípom spotrebiteľskej politiky EÚ je vysoká kvalita a zdravotná bezpečnosť potravín, ktorý zaručuje ochranu spotrebiteľa pri širokej ponuke potravín zo všetkých členských štátov. Je preto nutné, aby v rámci Spoločenstva všetky členské krajiny dodržovali príslušnú legislatívu. Kľúčovým krokom v oblasti bezpečnosti potravín bolo rozhodnutie Európskeho parlamentu a Rady o prijatí Nariadenia (ES) č. 178/2002 z 28. januára 2002, ktorým sa stanovujú všeobecné zásady a požiadavky potravinového práva, zriaďuje Európsky úrad pre bezpečnosť potravín a stanovujú postupy v záležitostiach bezpečnosti potravín.

Kľúčové slová: spotrebiteľ, spotrebiteľská politika, legislatíva, bezpečnosť potravín

ABSTRACT

This bachelor thesis was targeted at the consumer policy analysis in relation to the food safety in the unified European market and the functioning of the European food safety system both from the legislative and institutional aspects.

Each man is a consumer. Consumption applies to all of us and as a minimum at the level of meeting our basic needs. With the growth of economic welfare the Consumer demands on the quantitative and but especially qualitative angle of the consumption increase. The Consumer becomes choosier, monitors the market, discusses the options of a shopping and evaluates it. Familiarity with the Consumer consumption behaviour gives the producer a better chance to succeed in the market. The Consumer trust in the food quality and safety was weakened to a large extent during the last period. In order to inform and educate the consumers, organizations and associations have been established.

The basic principle of the EU consumer policy is a high quality and health safety of food securing the consumer protection because of the wide range of food from all member countries. It is therefore necessary that all the member countries of the Community observe the relevant legislation. The key step within the scope of food safety was the decision of the European Parliament and Council about the acceptance of the Directive (EC) No. 178/2002 of 28. January 2002 by which general principles and requirements for food law were formulated, the European Office for Food Safety was established and procedures in matters of food safety were laid down.

Key words: consumer, consumer policy, legislation, food safety

OBSAH

OBSAH	7
ÚVOD	9
1 CIEĽ PRÁCE	11
2 METODIKA PRÁCE	12
3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A	13
V ZAHRANIČÍ	13
3.1 Spotrebiteľská politika EÚ	13
3.1.1 História spotrebiteľskej politiky	14
3.1.2 Prvá etapa (1972 – 1992).....	14
3.1.3 Druhá etapa (1993 – 1998)	16
3.1.4 Tretia etapa (1999 – 2006).....	16
3.1.5 Stratégia spotrebiteľskej politiky EÚ	17
3.2 Spotrebiteľ	19
3.2.1 Spotrebiteľské správanie	21
3.2.2 Ochrana spotrebiteľa	23
3.2.3 Informovanosť spotrebiteľa	26
3.2.4 Vzdelávanie spotrebiteľa	27
3.2.5 Spotrebiteľský trh.....	28
3.2.6 Spotrebiteľ a bezpečnosť potravín	30
3.2.7 Potravinársky priemysel EÚ	32
3.2.8 Vývoj potravinárskeho priemyslu SR v roku 2008.....	33
3.3 Inštitucionálne zabezpečenie ochrany spotrebiteľa v EÚ	34
3.3.1 Rada Európskej únie.....	34
3.3.2 Európska rada.....	35
3.3.3 Európsky parlament.....	35
3.3.4 Európska komisia	36
3.3.5 Súdny dvor Európskych spoločenstiev.....	36
3.3.6 Európsky úrad pre bezpečnosť potravín.....	37
3.4 Európske spotrebiteľské organizácie	37
3.4.1 Európska spotrebiteľská poradná skupina (ECCG)	38
3.4.2 Európska organizácia spotrebiteľov (BEUC)	38
3.4.3 Európske spotrebiteľské centrum (ECC).....	39

3.5	Spotrebiteľské organizácie SR	39
3.5.1	Združenie slovenských spotrebiteľov (ZSS)	40
3.5.2	Asociácia spotrebiteľov Slovenska (ASS).....	40
3.5.3	Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska (A3S).....	40
3.6	Legislatíva a bezpečnosť potravín EÚ	41
3.6.1	Nariadenie (ES) č. 178/2002 Európskeho parlamentu a Rady	41
3.6.2	Nariadenie (ES) č. 1642/2003 Európskeho parlamentu a Rady	42
3.6.3	Nariadenie (ES) č. 2230/2004 Európskeho parlamentu a Rady	42
3.6.4	Nariadenie (ES) č. 575/2006 Európskeho parlamentu a rady.....	43
	ZÁVER	44
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....	46

ÚVOD

Spotrebiteľská politika je u nás pomerne neznámy pojem. Vo svete ide o odborný termín, ktorý vyjadruje spoločenské, ekonomické, komerčné, legislatívne a iné opatrenia, ktoré sa robia v záujme spotrebiteľa. Spotrebiteľ predstavuje občana, ktorý je na trhu zákazníkom, kupujúcim, konzumentom a na druhej strane je súčasne tvorcom spoločenských hodnôt.

Spotrebiteľská politika môže skvalitniť život našich občanov. Európske hospodárstvo by bez svojich 493 miliónov spotrebiteľov nemohlo existovať. Dôverujúci a informovaní spotrebiteľia sú motorom hospodárskeho vývoja. Hlavným cieľom spotrebiteľskej politiky je informovať spotrebiteľov o tovaroch a službách tak, aby ich kúpne rozhodnutia prispeli k fungovaniu konkurenčných trhov a ochraňovať spotrebiteľov na trhu.

Spotrebiteľia sú v súčasnosti najväčšou ekonomickou skupinou, ale stále s najmenšou možnosťou presadiť svoje záujmy. Sú silní množstvom, ale ich názory a pripomienky zanikajú v sile peňazí rôznych podnikateľských skupín.

Bezpečnosť potravín je dôležitou medzinárodnou témou. Problémy v bezpečnosti potravín vyvolávajú nielen strach a nedôveru spotrebiteľov, ale sú aj dôležitým politickým aspektom atraktívnym pre médiá. Je potrebná nutná harmonizácia systémov zabezpečujúcich bezpečnosť potravín v celosvetovom reťazci. Účinný systém riadenia bezpečnosti potravín je jedným z možných spôsobov prevencie. Zdravotná bezpečnosť sa tak stáva dôležitou a podstatnou časťou celého podnikania v oblasti potravín.

Každý občan sa ocitne denne v pozícii spotrebiteľa, aj keď si to často neuvedomuje. Nakupuje tovar v obchode, na trhovom mieste alebo cez internet, jednoducho každý z nás je spotrebiteľ. Je dôležité vedieť, aké majú spotrebiteľia práva a povinnosti pri nákupe tovarov a služieb. Spotrebiteľia by mali byť predovšetkým informovaní o svojich právach, aby sa vedeli lepšie brániť proti nekalým praktikám mnohých obchodníkov. Dôraz by sa mal klásť predovšetkým na prevenciu a výchovu spotrebiteľa.

Od roku 1983 je 15. marec vyhlásený za Svetový deň práv spotrebiteľov. Dňa 9. apríla 1985 prijalo Valné zhromaždenie OSN Smernice pre ochranu spotrebiteľa,

ktoré obsahujú osem práv spotrebiteľov a zabezpečujú okruh pre posilnenie národných politik ochrany spotrebiteľa.

Po vstupe Slovenskej republiky do Európskej únie, bolo treba prispôbiť náš ekonomický systém, právny systém a legislatívu právnemu systému EÚ, kde bola otázka ochrany spotrebiteľa zahrnutá medzi základné politické otázky.

Jedným z cieľov Európskej únie je stať sa najkonkurenciaschopnejšou a najvýkonnejšou ekonomikou na svete. Hlavnou výzvou je účinné fungovanie jednotného trhu. Jednotný európsky trh umožňuje každému spotrebiteľovi EÚ nakupovať výrobky a používať služby vo všetkých členských krajinách Európskej únie. Rozširovanie so sebou prinieslo mnohé ohrozenia, ktoré na spoločnom trhu existujú. Konkurenčný boj medzi dodávateľmi vedie k tomu, že sa ponúka tovar, ktorý nie je bezpečný a niekedy je zdraviu škodlivý. Na ochranu sa vo vyspelých krajinách začalo tvoriť spotrebiteľské hnutie usilujúce sa o ochranu spotrebiteľa pomocou vlády, a to vytváraním legislatívnych bariér proti týmto praktikám v záujme ochrany života ľudí, ich bezpečnosti, zdravia a majetku. Základným záujmom zákazníkov a spotrebiteľov je dosiahnutie spravodlivého nákupu a získanie bezpečných a spoľahlivých výrobkov. Z tohto dôvodu začlenenie oblasti ochrany zdravia a bezpečnosti spotrebiteľa patrí medzi hlavné ciele spotrebiteľskej politiky Európskej únie.

Bezpečnosť potravín zohráva strategickú úlohu pri ochrane domáceho trhu a to najmä pri dovoze z tretích krajín. V súvislosti so zabezpečením vyššej kvality a bezpečnosti výrobkov sú na výrobcov a predajcov kladené vysoké požiadavky. Bezpečnosti potravín sa nikdy nevenovala taká pozornosť ako dnes a to nielen vďaka doterajším aféram, ale aj vďaka informačným a komunikačným technológiám. Spotrebiteľ chce mať istotu, že výrobok dovezený z inej krajiny spĺňa bežný štandard domáceho výrobku. Preto je potrebné, aby na trhu pôsobili rozličné spotrebiteľské organizácie, ktoré by zastupovali spotrebiteľov. Na sledovanie výrobkov, ktoré by mohli byť v podozrení sa v súčasnosti využíva rýchly výstražný systém RASFF (Rapid Alert System for Food and Feed).

V roku 2005 prijala Komisia spoločnú stratégiu v oblasti ochrany zdravia a spotrebiteľa na roky 2007 až 2013. Stratégia spotrebiteľskej politiky na roky 2007 – 2013 má tri hlavné ciele: posilniť postavenie spotrebiteľov EÚ, zlepšiť spokojnosť spotrebiteľov a účinne chrániť spotrebiteľa pred vážnymi rizikami a hrozbami.

1 CIEĽ PRÁCE

Cieľom bakalárskej práce bolo po preštudovaní dostupnej domácej a zahraničnej literatúry charakterizovať súčasnú situáciu spotrebiteľskej politiky Európskej únie vo vzťahu k bezpečnosti potravín.

V ďalšej časti poukázať na systém ochrany spotrebiteľov EÚ na medzinárodných trhoch, na legislatívu v oblasti ochrany spotrebiteľa a na systém kontroly spotrebiteľských trhov a spotrebiteľských politík.

V neposlednej miere poukázať aj na systém informovanosti a vzdelávania spotrebiteľov.

2 METODIKA PRÁCE

Predkladaná bakalárska práca má charakter literárnej štúdie a jej cieľom bolo poskytnúť prehľad o riešenej problematike doma a v zahraničí týkajúcej sa spotrebiteľskej politiky Európskej únie vo vzťahu k bezpečnosti potravín, systému kontroly spotrebiteľských trhov, systému ochrany spotrebiteľov EÚ, systému informovanosti a vzdelávania spotrebiteľov a príslušnej legislatívy. Pri spracovávaní literárnych zdrojov sme sa v bakalárskej práci zamerali na:

- Spotrebiteľskú politiku EÚ
- Charakteristiku spotrebiteľa
- Inštitucionálne zabezpečenie ochrany spotrebiteľa EÚ
- Európske spotrebiteľské organizácie
- Spotrebiteľské organizácie SR
- Príslušnú legislatívu

3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

3.1 Spotrebiteľská politika EÚ

Spotrebiteľská politika zabezpečila spotrebiteľom v priebehu rokov vysoký stupeň ochrany v mnohých oblastiach.

Spotrebiteľská politika podporuje ciele stanovené v článkoch 153 a 95 Zmluvy o založení Európskeho spoločenstva venovaných propagácii záujmov, zdravia a ochrany európskych spotrebiteľov. Jej zámerom je zabezpečiť otvorenosť, prístupnosť a transparentnosť vnútorného trhu tak, aby jeho spotrebiteľia mali možnosť skutočného výberu, aby sa z neho vylúčili podvodní obchodníci a aby spotrebiteľia a firmy mohli plne využívať jeho potenciál [URL 1].

Spotrebiteľská politika a s ňou súvisiaca ochrana spotrebiteľa sú súčasťou hospodárskej politiky štátu. Ochrana a práva spotrebiteľov uplatňuje štát v zákonoch, nariadeniach a smerniciach, v ktorých definuje požiadavky na hygienu, bezpečnosť a kvalitu v procese výskumu a vývoja, výroby, distribúcie a predaja potravín a zriaďuje orgány úradnej kontroly potravín na kontrolu týchto požiadaviek (Vajdečka a Štefánik, 2005).

Hlavným cieľom politiky bezpečnosti potravín Európskej únie je dosiahnuť čo najvyššiu úroveň ochrany ľudského zdravia a záujmov spotrebiteľov v tejto oblasti. Preto sa zameriava na bezpečnosť potravín a ich vhodné označovanie – pričom zohľadňuje rozmanitosť tradičných výrobkov a zároveň sa snaží zabezpečiť efektívne fungovanie vnútorného trhu [URL 2].

Podľa Steffensa (2004) spotrebiteľská politika zahŕňa niekoľko cieľov:

- zabezpečovanie zásobovania za najvýhodnejšie ceny,
- ochrana pred zdravotnými rizikami z výrobkov,
- ochrana záujmov spotrebiteľov v obchodovaní,
- zlepšenie právneho postavenia spotrebiteľov,
- požadovať spotrebiteľské informácie,
- presadzovať rivalitu na domácom a zahraničnom trhu,
- skvalitniť spoluprácu medzi EÚ a spotrebiteľskými organizáciami.

3.1.1 História spotrebiteľskej politiky

V roku 1957 Francúzsko, Nemecká spolková republika, Taliansko a štáty Beneluxu založili Európske hospodárske spoločenstvo. Tento rok sa dnes považuje za vznik Európskej únie. Európske spoločenstva sa hneď nezaoberali ochranou spotrebiteľa, Rímska zmluva z roku 1957 spotrebiteľskú politiku nespomína, hovorí iba o postupnom vytvorení spoločného trhu založeného na colnej únii. Stimulom k hlbšej pozornosti ochrany spotrebiteľa bolo zavedenie colnej únie v roku 1968. Bolo očividné, že spoločný trh môže fungovať iba vtedy, ak spotrebiteľ bude mať guráž a záujem nakupovať aj v iných štátoch, ako iba v domovskom. Spoločný trh začali vytvárať krajiny, ktoré mali rozdielny právny systém, dejiny, ale hlavne rozličné formy ochrany spotrebiteľa. Väčšie iniciatívy v sektore ochrany spotrebiteľa sa začali až na Európskom summite v Paríži roku 1972 vytvorením Kontaktného spotrebiteľského výboru. Odvtedy spotrebiteľská politika EÚ prešla zložitým procesom, ktorý možno zhrnúť do troch vývojových etáp (Hraško, 2006):

- Prvá etapa (1972 – 1992) bola obdobím vzniku a tvorby základov spotrebiteľskej politiky.
- V druhej etape (1993 – 1996) sa čoraz podrobnejšie vykryštalizovávali cieľové zámery spotrebiteľskej politiky EÚ.
- V tretej etape (1997 – 2006) sa zaznamenal evidentný rozvoj spotrebiteľskej politiky.

3.1.2 Prvá etapa (1972 – 1992)

Prioritou bolo schválenie spoločného programu v oblasti ochrany spotrebiteľa. V dvoch programoch a v jednom akčnom pláne sa uznali najmä práva spotrebiteľa na ochranu zdravia a bezpečnosť produktov, právo na informácie a vzdelávanie, právo na ochranu ekonomických záujmov a náhradu škody a právo na vypočutie spotrebiteľa.

- **Prvý spotrebiteľský program o politike ochrany a informovaní spotrebiteľa**
– bol prijatý v roku 1975. Rada ministrov potvrdila päť základných práv spotrebiteľa, ktoré sa stali základom legislatívy Spoločenstva. Právo na:

1. ochranu zdravia a bezpečnosti,
2. ochranu ekonomických záujmov,
3. informácie a vzdelávanie,
4. náhradu škody,
5. zastúpenie.

Tento otvárací program zaradil spotrebiteľskú politiku medzi špeciálne politiky, ako sú hospodárska, environmentálna, dopravná, spoločná poľnohospodárska a energetická politika, ktoré ovplyvňujú spotrebiteľa z každej stránky.

- **Druhý spotrebiteľský program o politike ochrany a informovanosti spotrebiteľa** – bol schválený uznesením Rady v roku 1981. Nadviazal na predchádzajúci a usmernil Spoločenstvo na problémy súvisiace s ochranou spotrebiteľa (Hraško, 2006).

Na ochranu ekonomických záujmov a práv spotrebiteľov prijala OSN v roku 1985 rezolúciu Valného zhromaždenia č. 39/248 známu ako **Smernica na ochranu spotrebiteľa**. Účelom tejto smernice bolo zaručenie zákonitých potrieb spotrebiteľov, ktorých má ochraňovať pred rizikami bezpečnosti a zdravia, ich ekonomické práva majú byť podporované, má sa im dostávať spotrebiteľská výchova, zaistiť účinný systém náhrady škody pre spotrebiteľov, sloboda pri zakladaní spotrebiteľských organizácií. Spotrebiteľské práva boli v smernici zapracované ako zásady na ochranu spotrebiteľa. Zásady sú medzinárodne uznávané opatrenia. Každý štát môže prijímať vlastnú politiku ochrany spotrebiteľov podľa špecifických podmienok (Veber et al., 2007).

Európska komisia v roku 1986 vydala **Bielu knihu** o dobudovaní spoločného trhu. Obsahovala približne 300 legislatívnych úprav zákonov, ktoré bolo nevyhnutne prijať a preniesť do národných právnych systémov.

Postupné rozširovanie európskeho práva malo za následok zaradenie ochrany spotrebiteľa do Zmluvy o EHS v roku 1986 **Jednotným európskym aktom**. Podľa tejto zmluvy sa mal jednotný trh vytvoriť do 31. 12. 1992. Platnosť zmluvy nadobudla účinnosť 1. 6. 1987 a tento dátum znamenal začiatok skutočnej spotrebiteľskej politiky. V článku 95 sa prvýkrát objavuje pojem spotrebiteľ.

V roku 1990 Európska komisia prijala **trojročný akčný plán (1990 – 1992)**. Venoval sa ďalšiemu definovaniu pojmu európskeho spotrebiteľa. Zameral sa na tvorbu novej formy správania sa spotrebiteľa (Hraško, 2006).

3.1.3 Druhá etapa (1993 – 1998)

Zrušenie hraníc v januári 1993 prispelo k vytvoreniu trhu s viac ako 340 miliónmi spotrebiteľov. Významný postup v záležitostiach spotrebiteľa bol docielený podpísaním **Maastrichtskej zmluvy** vo februári 1992, ktorá vstúpila do platnosti po ratifikácii v členských štátoch 1. novembra 1993. Podľa zmluvy musí Spoločenstvo prispievať k posilňovaniu ochrany spotrebiteľa a preto sa článok 153 stal právnym predpisom pre spotrebiteľskú politiku.

Počas uskutočňovania prvého akčného plánu sa zverejnil **druhý akčný plán spotrebiteľskej politiky (1993 – 1995)**. Tento plán bol zameraný na:

- spotrebiteľské inštitucionálne zastúpenie,
- poskytovanie informácií pre spotrebiteľov,
- bezpečnosť výrobkov,
- obchodovanie.

Globalizácia a vývoj v biotechnológii boli hlavnými dôvodmi na prijatie **tretieho akčného plánu spotrebiteľskej politiky (1996 – 1998)**. Komisia sa zamerala najmä na tri sféry:

1. potravinárske výrobky, finančné služby, základné verejné služby,
2. vzdelávanie spotrebiteľov, pomáhať k prístupu informácii do spoločnosti,
3. pomoc novým krajinám z východnej Európy [URL 3].

3.1.4 Tretia etapa (1999 – 2006)

Ďalším krokom záujmu o spotrebiteľa a jeho ochrany v rámci EÚ bolo vypracovanie **Amsterdamskej zmluvy**. Zmluva bola podpísaná 2. októbra 1997 a do platnosti vstúpila 1. mája 1999. Mení zmluvu o Európskej únii, zmluvy o založení Európskych spoločenstiev a niektoré súvisiace akty. Už v Amsterdamskej zmluve sa zvolila nutnosť zabezpečiť silnejšie postavenie spotrebiteľa, v článku 153 sa upravili požiadavky ochrany spotrebiteľa, ktoré sa zohľadnia pri definovaní a uskutočňovaní

iných politík a činností spoločenstva. Podľa Amsterdamskej zmluvy legislatíva nenahradzuje národné opatrenia, ale ich dopĺňa (Horská et al., 2009).

Generálne riaditeľstvo pre zdravie a ochranu spotrebiteľa DG SANCO zdôrazňovalo predovšetkým snahu o zabezpečenie vysokej úrovne zdravia, kvality života európskych spotrebiteľov a bezpečnosti potravín (Horská et al., 2009).

Realizovala sa stratégia spotrebiteľskej politiky na obdobie rokov 2002 – 2006, ktorá bola prijatá 7. mája 2002. Sledovala tri kľúčové ciele [URL 3]:

1. vysoký spoločný stupeň ochrany spotrebiteľa,
2. účinné presadzovanie pravidiel na ochranu spotrebiteľa,
3. začlenenie spotrebiteľských organizácií do politiky EÚ.

V apríli 2005 prijala Komisia novú stratégiu v oblasti ochrany zdravia a spotrebiteľa na roky 2007 – 2013.

3.1.5 Stratégia spotrebiteľskej politiky EÚ

Pri riešení troch hlavných problémov EÚ – rastu, zamestnanosti a potreby opätovného spojenia s občanmi – zohráva ústrednú úlohu 493 miliónov spotrebiteľov EÚ. Dôverujúci a informovaní spotrebiteľia, schopní uplatňovať svoje práva, sú hnacou silou hospodárskych zmien. V rokoch 2007 – 2013 je spotrebiteľská politika mimoriadne schopná pomôcť EÚ čeliť týmto výzvam (Horská et al., 2009).

Stratégia spotrebiteľskej politiky EÚ na roky 2007 – 2013 je komplexný dokument na obdobie týchto rokov, ktorý vo svojich prioritách a opatreniach kladie dôraz na riešenie tých spotrebiteľských problémov, ktoré presahujú rámce národných spotrebiteľských politík v záujme dosiahnutia účinnejšieho vnútorného trhu a dosiahnutia vysokej úrovne dôvery spotrebiteľov k výrobkom a službám ponúkaných na maloobchodných trhoch v celej Európskej únii [URL 4].

Stratégia spotrebiteľskej politiky EÚ (2007 – 2013) má tri hlavné ciele (Horská et al., 2009):

- **Posilniť postavenie spotrebiteľov EÚ.** Spotrebiteľia potrebujú reálny výber, presné informácie, prehľadný trh a dôveru, ktorá vychádza z účinnej ochrany a rozsiahlych práv. Zvýhodnenie spotrebiteľov povzbudí aj hospodársku súťaž.

- **Zlepšiť spokojnosť spotrebiteľov** v oblasti cien, kvality, výberu, dostupnosti, rozmanitosti a bezpečnosti. Pre dobre fungovanie trhu je dôležitá spokojnosť spotrebiteľov.
- **Účinne chrániť spotrebiteľa pred vážnymi rizikami a hrozbami**, ktorým nemôže čeliť ako jednotlivec. Vysoká úroveň ochrany spotrebiteľa je základom dôvery spotrebiteľa.

V rámci spomenutých cieľov sú hlavnými prioritami (Horská et al., 2009):

- **lepšie monitorovanie spotrebiteľských trhov a vnútroštátnych spotrebiteľských politik.** Monitoring bude zameraný na úroveň monitorovania cezhraničného obchodu, súlad s právnymi predpismi, sťažnosti spotrebiteľa, ceny, prístup a spokojnosť;
- **lepšia právna úprava ochrany spotrebiteľa** – spolupráca, komunikácia a výmeny názorov na úrovni Európskej poradnej skupiny spotrebiteľov ECCG;
- **lepšie presadzovanie práva na odškodnenie** – vytvorenie jednotnej smernice o nekalých obchodných praktikách a prijatie účinných mechanizmov na vymáhanie odškodnenia;
- **lepšie informovaní a vzdelaní spotrebiteľia** – realizácia informačných kampaní určených na zvýšenie spotrebiteľských práv a úloh spotrebiteľských združení najmä v nových členských štátoch;
- **dať spotrebiteľa na popredné miesto v ďalších politikách a právnych predpisoch EÚ** - cieľom je aktívnejšie zapojiť strany zainteresované na spotrebiteľskej politike.

Napriek tomu, že tieto priority sú pre spotrebiteľskú politiku EÚ špecifické, vyhodnotenie dosahu predchádzajúcej stratégie na vnútroštátne spotrebiteľské politiky ukázalo vysoký stupeň prekrytia s vnútroštátnymi politikami. V záujme zabezpečenia dôslednej koordinácie s vnútroštátnymi spotrebiteľskými politikami bude existujúca sieť vedúcich pracovníkov zodpovedných za spotrebiteľskú politiku zabezpečovať fórum pre koordináciu a vývoj politiky (Stratégia spotrebiteľskej politiky 2007-2013, 2007).

Dokument kladie dôraz na začlenenie spotrebiteľskej politiky do všetkých politik a to nielen na úrovni EÚ, ale aj na úrovni národných politik členských štátov.

Ambíciou je, aby sa realizácia vytýčených cieľov a opatrení na úrovni národných politík zabezpečila do konca roku 2013 [URL 10]:

- schopnosť obyvateľov nakupovať kdekoľvek v rámci EÚ s presvedčením o rovnakej ochrane v rámci jednotného trhu EÚ,
- schopnosť predajcov predávať kdekoľvek v rámci jednotného trhu EÚ za podmienok jednotných a jednoduchých pravidiel.

Závery Rady EÚ k Stratégii spotrebiteľskej politiky EÚ na roky 2007 – 2013 potvrdzujú ciele a vyzývajú členské štáty EÚ realizovať v rámci svojich národných politík ochrany spotrebiteľa nasledovné aktivity (Stratégia spotrebiteľskej politiky 2007-2013, 2007):

- pokračovať v presadzovaní lepšej koordinácie záujmov ochrany spotrebiteľov s prioritami iných politík prijímaných na národnej úrovni,
- vzdelávanie spotrebiteľov,
- posilňovať systémy vymožitelnosti práva spotrebiteľov na národnej úrovni a pre účely spolupráce na úrovni EÚ,
- pokračovať v ochrane práv spotrebiteľov v sektore služieb verejného záujmu,
- zohľadňovať záujmy spotrebiteľov pri tvorbe označovania výrobkov,
- priznať väčší význam spotrebiteľským združeniam, aby mohli prezentovať záujmy spotrebiteľov nezávisle na úrovni EÚ a členských krajín,
- poskytovať nepretržitú podporu sieti európskych spotrebiteľských centier.

3.2 Spotrebiteľ

Šibl (2002) rozumie pod pojmom spotrebiteľ človeka, ktorý spotrebúva hmotné statky a služby, ktoré získava na trhu. Spotrebiteľ je osoba (fyzická, právnická), ktorá uskutočňuje akt spotreby tovarov a služieb. Pojem spotrebiteľ sa používa na označenie dvoch rozdielnych druhov spotrebných jednotiek (Kulčáková a Richterová, 1997):

- **individuálny – osobný spotrebiteľ**, kupujúci výrobky a služby pre vlastnú spotrebu, na použitie v rodine, pre člena rodiny, prípadne ako dar pre inú osobu,
- **organizácia ako spotrebiteľia**, ktorými sú súkromné podniky, štátne orgány a inštitúcie, ktoré nakupujú produkty, aby mohli vyvíjať svoju činnosť.

Spotrebiteľ sám rozhoduje, ktorý produkt spotrebuje, ktorú službu využije, je ovplyvňovaný mnohými faktormi a jeho rozhodovanie pozostáva z viacerých činností (Kubicová, 2008).

Fekete (2007) pod pojmom spotrebiteľ rozumie fyzickú osobu, ktorá nakupuje výrobky alebo využíva služby pre priamu spotrebu fyzických osôb, najmä pre seba a pre príslušníkov svojej domácnosti. Vojčík (2009) uvádza spotrebiteľa ako osobu, ktorá pri uzatváraní a plnení zmluvy nejedná v rámci svojej obchodnej činnosti alebo inej podnikateľskej činnosti.

Každý človek je spotrebiteľom, pretože sa zaujíma o veci, ktoré používa, spotrebúva a ktoré spríjemňujú jeho každodenný život. Vo všeobecnosti sa za spotrebiteľa považuje osoba, ktorá pozná svoje potreby a prania, robí nákup a následne používa produkt počas procesu spotreby (Horská a Ubrežiova, 2001).

Európsky spotrebiteľ sa viaže k Európe. Pri hodnotení jeho spotrebiteľského správania identifikujeme nielen skupinové znaky, ale aj kvantum odlišností medzi jednotlivými oblasťami. V záujme zvýšenia kvality spotrebiteľskej existencie európskeho spotrebiteľa Európska komisia kladie do popredia nasledovné úlohy (Horská et al., 2009):

- zvýšenie kvality vzdelávania a poskytovania informácií pre spotrebiteľov,
- kompletizácia, revízia a aktualizácia legislatívneho rámca na ochranu záujmov spotrebiteľa na vnútornom trhu EÚ,
- kontrola spotrebiteľských aspektov finančných služieb,
- kontrola ochrany spotrebiteľských záujmov v ponuke služieb pre verejnosť,
- pomoc spotrebiteľom benefitovať z informačnej spoločnosti,
- zlepšiť dôveru spotrebiteľov voči potravinám,
- praktická podpora udržateľnej spotreby,
- posilnenie a zvýšenie spotrebiteľskej reprezentácie na verejnosti,
- pomoc pri rozvoji spotrebiteľských politík v krajinách strednej a východnej Európy,
- pomoc a podpora pri oponentúre spotrebiteľských politík v rozvojových krajinách.

3.2.1 Spotrebiteľské správanie

Spotrebiteľské správanie predstavuje správanie spotrebiteľov, ktoré sa vzťahuje k získaniu, užívaniu a odkladaniu spotrebných produktov (výrobky, služby, zážitky, myšlienky) a služieb, vrátane rozhodovacích procesov, za účelom uspokojenia potrieb a prianí (Turčínková a Matulová, 2005; Blackwell, Miniard a Engel, 2001). Nie je teda spojené len bezprostredne s nákupom alebo využívaním produktu (Koudelka, 1997). Vývoj teórie o spotrebiteľskom správaní prešiel značným vývojom od pôvodného popisu, cez jeho vysvetľovanie až k snahe ho predpovedať (Bártová, Bárta a Koudelka, 2004).

Spotrebiteľské správanie sú dynamické interakcie ľudí a prostredia obsahujúce emócie, poznanie a konanie, prostredníctvom ktorých ľudia uskutočňujú výmenu s cieľom uspokojiť svoje potreby (Richterová, Kulčáková a Klepochová, 2005).

Peter a Olson (2008) označujú spotrebiteľské správanie ako dynamické spolupôsobenie afektov, poznatkov, správania a vplyvov prostredia, prostredníctvom ktorého ľudia riadia vo svojom živote výmenné vzťahy.

Kerin et al. (2006) rozumejú pod pojmom spotrebiteľské správanie mentálne a sociálne procesy, ktoré prebiehajú:

1. pred samotným nákupom,
2. počas nákupu,
3. po nákupe.

Ako uvádza Horská a Ubrežiová (2001) spotrebiteľské správanie možno chápať ako štúdium procesov, v ktorých jednotlivci alebo skupiny vyberajú, nakupujú a používajú výrobky a služby, prostredníctvom ktorých sa snažia uspokojiť svoje potreby a túžby. Proces nákupného rozhodnutia, faktory, ktoré vplyvajú na spotrebiteľské preferencie sú súčasťou teórie, ktorá sa nazýva spotrebiteľské správanie.

Podľa Schiffmana a Kanuka (2004) možno spotrebiteľské správanie charakterizovať ako správanie, ktoré spotrebiteľia prejavujú pri hľadaní, nákupe, používaní, hodnotení, disponovaní výrobkami a službami, od ktorých očakávajú uspokojenie ich potrieb.

Dôležitým aspektom správania sa zákazníka je jeho nákupný alebo rozhodovací proces, ktorý zahŕňa obdobia pred a po uskutočnení nákupu. Rozhodovací proces sa delí na päť fáz, ktoré na seba nadväzujú (Kretter et al., 2008):

1. **zistenie potreby** – pred začatím nákupu musí byť motivácia, ktorá podnieti spotrebiteľa k činu,
2. **hľadanie informácií** – keď si spotrebiteľ uvedomí svoju potrebu, táto sa stáva želaním a začína zhromažďovať potrebné informácie,
3. **vyhodnotenie alternatív** – vyhodnotenie sa uskutočňuje na základe spotrebiteľových kritérií. Kritéria môžu byť cena, fyzické charakteristiky, umiestnenie výrobku, nehmotné faktory a pod.,
4. **kúpa** – v tomto štádiu si je spotrebiteľ vedomý, ktorý z produktov najlepšie vyhovuje jeho požiadavkám a kritériám,
5. **postnákupné hodnotenie** – po uskutočnení kúpy sú spotrebiteľia neistí, či nakúpili správne alebo nesprávne, či svoje finančné prostriedky využili efektívne alebo neefektívne.

Kroeber-Riel a Weinberg (2003) rozlišujú spotrebiteľské správanie v užšom a v širšom zmysle. Spotrebiteľské správanie v užšom zmysle je správanie spotrebiteľov pri kúpe a spotrebe hospodárskych statkov. V širšom zmysle je to všeobecné správanie konečných spotrebiteľov materiálnych a nemateriálnych statkov.

Kulčáková a Richterová (1997) popisujú spotrebiteľské správanie ako správanie, ktoré spotrebiteľia prejavujú pri hľadaní, nákupe, používaní, disponovaní výrobkami, službami a myšlienkami, od ktorých očakávajú, že vyhovejú ich potrebám.

Správanie ľudí spojené so spotrebou produktov predstavuje jednu z dôležitých oblastí ľudského správania. Zahŕňa dôvody, prečo ľudia obstarávajú produkty, ktorými uspokojujú svoje potreby, spôsoby akými to uskutočňujú a vplyv pôsobiaci na tento proces (Kubicová, 2008).

Úroveň spotreby potravín a kvalita výživy je priamo závislá od výroby potravín a ich ponuky na trhu. Faktory spotrebiteľského správania sa delia do štyroch skupín (Nagyová a Horská, 2000):

- kultúrne faktory,
- spoločenské faktory,
- osobné faktory,
- psychologické faktory.

Kretter et al. (2008) uvádza, že individuálne správanie spotrebiteľov ovplyvňujú osobné a medziľudské faktory. Medzi osobné faktory možno zaradiť: vnímanie,

poznanie, osobnosť, životný štýl, potreby, prania, motiváciu a sebaúctu. Medziľudské faktory sú kultúra a subkultúra, referenčné skupiny, sociálne skupiny a názoroví vodcovia.

Význam jednotlivých faktorov ovplyvňujúcich spotrebiteľské správanie podľa Nagyovej a Maďarovej (2005):

- kvalita	87 %	- značka	51 %
- čerstvosť	79 %	- doba spotreby	43 %
- cena	63 %	- reklama	39 %
- chuť	58 %	- iné	24 %

3.2.2 Ochrana spotrebiteľa

Ochrana spotrebiteľa sa v podmienkach jednotného trhu Európskej únie permanentne zvyšuje a je súčasťou spotrebiteľskej politiky.

Každý z nás sa v istom okamihu stáva spotrebiteľom, ale nie každý ovláda svoje spotrebiteľské práva. Ak si ako spotrebiteľia nebudeme uplatňovať svoje práva, dáme šancu výrobcom, predávajúcim, dodávateľom a dovozcom, aby sa obohacovali na úkor nás všetkých (Drgoncová a Malíková, 2000).

Z pohľadu Stašenkovej (2006) je ochrana spotrebiteľa samostatný systém spotrebiteľskej politiky, pričom v slobodnom prostredí pôsobí na obnovenie rovnováhy medzi spotrebiteľmi a podnikateľmi.

Podľa Feketeho (2007) medzi základné práva spotrebiteľa patrí právo na:

- bezpečné výrobky a bezpečné služby v bežnej kvalite,
- uplatnenie reklamácie,
- náhradu škody,
- informácie o výrobku alebo službe a ďalších okolnostiach a podmienkach ich poskytovania,
- podávanie podnetov orgánom dohľadu a úradnej kontroly.

Pri ochrane spotrebiteľa v rámci všeobecnej bezpečnosti výrobkov platí, že výrobky umiestnené kdekoľvek na trhu EÚ musia byť bezpečné. Ochrana spotrebiteľa na jednotnom vnútornom trhu sa týka aj oblasti záruk, prístupu k spravodlivosti súdnou

cestou, informovanosti a vzdelávania spotrebiteľov, bezpečnosti a zdravia spotrebiteľov (Záhradník, 2003).

Problematika ochrany spotrebiteľa patrí medzi hlavné oblasti. Európska legislatíva v oblasti ochrany spotrebiteľa netvorí jednotný systém. Priebežne sú prijímané právne úpravy, ktoré sa prispôbujú aktuálnym požiadavkám v oblasti ochrany spotrebiteľa. Európska komisia presadzuje harmonizáciu pri prijímaní legislatívy EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa s cieľom odstrániť rozdiely v legislatíve členských štátov. O tom, že ochrana spotrebiteľa je dynamickou témou, svedčí množstvo smerníc prijatých Európskou úniou (Horská et al., 2009).

Prvoradé úlohy spotrebiteľskej politiky sú zahrnuté v článku 153 Zmluvy o založení Európskeho spoločenstva. Právne predpisy v oblasti ochrany spotrebiteľa sa delia podľa zásad, ktoré sú prostredníctvom nich chránené. Ide o [URL 4]:

- ochranu zdravia a bezpečnosti spotrebiteľov,
- ochranu a podporu ekonomických záujmov spotrebiteľov,
- zlepšenie prístupu spotrebiteľov k informáciám o výrobkoch a službách,
- efektívne riešenie spotrebiteľských sporov, reklamácií a získavanie náhrad škôd.

Dodržiavanie práv spotrebiteľa, blahobyt a prospech sú hlavnými hodnotami EÚ, čo sa odráža aj v jej zákonoch. Členstvo v Európskej únii zabezpečuje aj dostatočnú ochranu spotrebiteľov. Tu je desať hlavných zásad, ako nás ochraňujú zákony EÚ ako spotrebiteľa, bez ohľadu na to, z ktorej krajiny EÚ pochádzame (Tkáčiková, 2006; Ochrana spotrebiteľa v Európskej únii: Desať hlavných zásad, 2005)):

1. Nakupujte, čo chcete, kde chcete.
2. Ak výrobok nefunguje, vráťte ho späť.
3. Vysoká úroveň bezpečnosti pre potraviny a iný spotrebný tovar.
4. Vedzte, čo jete.
5. Zmluvy by mali byť korektné voči spotrebiteľom.
6. Spotrebiteľia niekedy môžu zmeniť názor.
7. Zjednodušenie porovnávania cien.
8. Spotrebiteľa nemožno zavádzať.
9. Ochrana počas dovolenky.
10. Účinná náhrada škody pri cezhraničných sporoch.

Platné normy EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa sú rozdelené dvoma spôsobmi. Po prvé, súčasné smernice umožňujú členským krajinám prijímať vo svojich vnútroštátnych predpisoch prísnejšie pravidlá a mnohé členské štáty túto možnosť využili s cieľom zabezpečiť vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľa. Po druhé, mnohé otázky sú smernicami upravené nekonzistentne alebo sa ponechávajú neupravené [URL 5].

Ochrana spotrebiteľa v dnešnom chápaní sa začala formovať až v 20. storočí. Základné práva definoval americký prezident J. F. Kennedy. Postupné rozpracovanie tejto problematiky bolo obsahom Smernice na ochranu spotrebiteľa, ktorú prijalo Valné zhromaždenie OSN v roku 1985. Obsahuje osem práv spotrebiteľa (Krsková a Krátka, 2003).

- 1. Právo uspokojovania základných potrieb.** Spotrebiteľ má mať prístup k základným tovarom a službám, potravinám, odievaniu, bývaniu, zdravotníckej starostlivosti a vzdelaniu.
- 2. Právo na bezpečnosť.** Spotrebiteľ má právo na ochranu pred výrobkami a službami, ktoré sú nebezpečné pre jeho zdravie a život.
- 3. Právo byť informovaný.** Spotrebiteľ má právo získavať informácie potrebné na zodpovednú voľbu a byť chránený pred nepoctivosťou inzercie a označovania tovarov.
- 4. Právo na voľbu.** Spotrebiteľ má byť schopný vybrať si na základe informácií zo širokého výberu tovarov a služieb za ceny utvorené na trhu a so zárukou kvality.
- 5. Právo obhajovať svoje záujmy.** Spotrebiteľ má mať možnosť uplatňovať svoje spotrebiteľské záujmy pri tvorbe a realizácii vládnej politiky vo vývoji výrobkov a služieb.
- 6. Právo na nápravu.** Spotrebiteľ má dostať jasné odpovede na sťažnosti a odškodnenie za nedostatky pri nákupe.
- 7. Právo na spotrebiteľské vzdelávanie.** Spotrebiteľ si má byť vedomý svojich základných práv a zodpovednosti a má ich vedieť využívať.
- 8. Právo na zdravé životné prostredie.** Spotrebiteľ má právo pracovať a žiť v prostredí, ktoré neohrozuje súčasné, ani budúce pokolenia.

3.2.3 Informovanosť spotrebiteľa

Právo na poskytovanie informácií je jedným zo základných práv spotrebiteľa. Na základe poskytnutých informácií sa spotrebiteľ rozhoduje o výbere produktu. Informačné povinnosti upravujú viaceré smernice Európskej únie. Aby mohol spotrebiteľ robiť dobré a kvalitné rozhodnutia, musí byť dobre informovaný najmä cestou médií. Je to evidentné napríklad vtedy, ak predajcovia informujú správne o špecifikácii, kvalite a cene služieb alebo tovaru [URL 7].

Spotrebiteľ sa ochraňuje prostredníctvom informácií, ktoré je predávajúci povinný predložiť. Informácie o výrobku alebo službe môže predávajúci poskytnúť rôznymi spôsobmi, podľa vlastnej úvahy (Fekete, 2007).

Slovenskí potravinári sa dostali do silnej konkurencie s výrobcami z ostatných štátov EÚ a spotrebiteľ nachádza na pultoch obchodov čoraz viac tovarov dovezených z týchto krajín. Preto je dôležité a potrebné, aby mal spotrebiteľ dostatok jasných a spoľahlivých informácií, ktoré by mu boli nápomocné pri orientácii medzi veľkým množstvom produktov a vybrať si pre seba ten najvhodnejší (Vajdečka a Štefánik, 2005).

Spotrebiteľ by mal byť rýchlo a pravdivo informovaný o výžive, odporúčaných dávkach, energetickej hodnote, ale aj o najnovších vedeckých poznatkoch v oblasti potravín. Média využívajú každé zaváhanie v poskytovaných informáciách a chcú si získať divákov a čitateľov škandalizovaním problému. Takouto formou poskytované informácie môžu u spotrebiteľa vyvolať pochybnosti a nedôveru k medializovanému predajcovi alebo výrobcovi. Preto je dôležité komunikáciu so štátnou správou, s výrobcom, predajcom, spotrebiteľom a médiami zjednotiť. Ak sa vyskytne negatívne zistenie a je potrebné spotrebiteľa informovať, mal by byť informovaný čo najskôr, objektívne, pravdivo a bez zamlčovania informácií (Halgašová, 2006).

Najrozšírenejšou formou informovanosti spotrebiteľov je reklama. Prostredníctvom reklamy môžu firmy dobre stimulovať predaj svojich výrobkov. Cieľom reklamy je účinná komunikácia, ktorá ovplyvní správanie trhu a výsledkom je vytváranie podvedomia o produkte, značke alebo firme. Predpokladom úspešnosti reklamy je dodržanie základných pravidiel pri jej tvorbe. Tieto zásady sa týkajú jej pravdivosti, hospodárnosti, účinnosti a technických otázok. Úlohou reklamy je pôsobenie na cieľovú osobu, ktorú chce ovplyvniť (Kretter et al., 2008).

Reklama je najúčinnější nástroj budovania povedomia o existencii výrobku a služby. Pravdivosť je základnou etickou požiadavkou (Kotler, 2004). Žiaľ, reklamy dokážu spotrebiteľa manipulovať aj za cenu neetickosti. Poláková (2007) charakterizuje reklamu ako jeden z najdôležitejších prvkov marketingového komunikačného systému, ktorý zámerne alebo nenúteno ovplyvňuje spotrebiteľa prostredníctvom prezentácie produktu.

De Pelsmacker, Geuensová a Van den Berg (2003) uvádzajú, že informovanosť spotrebiteľa je proces prenášania informácie od jednej skupiny k druhej skupine.

3.2.4 Vzdelávanie spotrebiteľa

Právo na spotrebiteľskú výchovu je základnou súčasťou ochrany spotrebiteľa. Uspokojovanie spotrebiteľských práv nie je bez spotrebiteľského vzdelávania prakticky možné. Spotrebiteľská výchova má svoje trvalé miesto v realizácii princípov svetovej Charty spotrebiteľského pôsobenia. Pri vzdelávaní spotrebiteľov je potrebné zamerať sa na [URL 4]:

- podporu fungovania a rozvoja aktivít Európskeho spotrebiteľského centra (ESC),
- vydávanie všeobecných publikácií, ako aj konkrétne zameraných na vybrané oblasti ochrany spotrebiteľa,
- vytvorenie jednotného informačného portálu pre spotrebiteľov,
- aktualizáciu učebných osnov základných a stredných škôl,
- školenia v oblasti práv spotrebiteľov a podnikateľov,
- prehĺbiť na stredných odborných obchodných školách predmet tovaroznalectva z hľadiska získania kompletnejších vedomostí o sortimente a vlastnostiach predávaných výrobkov,
- zvyšovanie informovanosti spotrebiteľov o environmentálne vhodných výrobkoch a ich uplatňovaní sa na trhu,
- zvyšovanie informovanosti o vplyvoch a rizikách výrobkov na životné prostredie (chemické látky a prípravky, pesticídy, obaly a pod.).

Vo vzdelávaní spotrebiteľa sú veľké rezervy. Mala by ho zabezpečovať štátna správa, mimovládne organizácie, až následne výrobcovia a obchodníci. Vzdelávanie spotrebiteľa by nemalo spočívať len v jeho podnecovaní do boja proti výrobcom a predajcom. Veľmi dôležitým prvkom je naučiť spotrebiteľa čítať označenie potravín, aby si na základe poskytnutých informácií vedel zodpovedne vybrať také, ktoré mu z hľadiska zloženia najlepšie vyhovujú (Halgašová, 2006).

Spotrebiteľské vzdelávanie je procesom sociálnej integrácie ľudí do reality každodenného života a je základom praktických skúseností, v ktorom budúci spotrebiteľia robia správne rozhodnutia, používajú práva a povinnosti spotrebiteľa a uvedomujú si svoje možnosti ovplyvňovať ekonomiku v prospech svojich potrieb a záujmov [URL 4].

Je potrebné spolupracovať s médiami a vytvárať partnerský vzťah s cieľom reálne ich zapojiť do vzdelávania verejnosti. Očakáva sa, že spoločné kroky k výchove verejnosti podniknú štátna správa, výroba a obchod v spolupráci s médiami (Halgašová, 2006).

3.2.5 Spotrebiteľský trh

Kita (2005) definuje spotrebiteľský trh ako súhrn všetkých jednotlivcov a domácností, ktorí nakupujú produkty na osobnú spotrebu. Spotreba je v živote ľudí veľmi dôležitá.

Spotrebiteľia uspokojujú svoje potreby prostredníctvom trhu a tu sa rozhodujú čo a v akom rozsahu budú spotrebúvať (Lisý, 2005).

Jednotný spotrebiteľský trh je základom dnešnej Únie. Keď sa odstránia prekážky obchodu a otvoria vnútroštátne trhy, môže sa viac spoločností zapojiť do hospodárskej súťaže. Pre spotrebiteľov to znamená nižšie ceny a väčší výber. Firmy, ktoré obchodujú na jednotnom trhu, majú neobmedzený prístup k takmer pol miliarde spotrebiteľov v Európskej únii [URL 8].

Vstupom Slovenska do Európskej únie sa stalo súčasťou spoločného jednotného európskeho trhu. Agropotravinárstvo reaguje najrýchlejšie na zmeny trhových podmienok (Vajdečka a Štefánik, 2005).

Podľa Babičku (2006) je základným predpokladom funkčnosti jednotného trhu EÚ bezpečnosť potravín a je daná zo zákona. V rámci toho bol vytvorený Európsky úrad pre bezpečnosť potravín (EFSA), ktorý poskytuje nezávislé vedecko-technické poradenstvo a podporu pri príprave právnych predpisov a zásad Európskeho spoločenstva (ES).

Zavedením jednotného trhu EÚ sa začal realizovať aj voľný pohyb tovaru, služieb, osôb a kapitálu. Vytvorením jednotného trhu sa zmenilo postavenie spotrebiteľa a úroveň jeho ochrany. Vnútroštátne opatrenia členských krajín neboli upravené na vynucovanie právnych predpisov na spoločnom trhu Únie. Európsky parlament a Rada prijali nariadenie (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa. Toto nariadenie v celom rozsahu nadobudlo účinnosť 29. decembra 2006. Cieľom nariadenia je v celom Spoločenstve zabezpečiť, aby boli trhy spravodlivé a transparentné, aby spotrebiteľia mali možnosť informovaného výberu a zlepšiť spolupráce orgánov úradnej kontroly v členských krajinách s Komisiou, ako aj medzi sebou (Nariadenie EP a R (ES) č. 2006/2004).

Pomôcť pracovníkom stanoviť trhový potenciál, porozumieť potrebám spotrebiteľov a trhovému správaniu a merať efektívnosť výroby a propagačných aktivít môže marketingová analýza (Kotler a Armstrong, 2004).

Vnútrotrh zohráva ústrednú úlohu pri riešení hospodárskych problémov Európy a poskytovaní materiálnych výhod občanom EÚ. Spotrebiteľský rozmer vnútrotrhu a najmä maloobchodné trhy si vyžadujú ďalšie posilňovanie. Nový hospodársky, sociálny, environmentálny a politický kontext volá po zmene politiky EÚ, ktorá bude zameraná na spotrebiteľov. Spotrebiteľská politika EÚ bude ťažiskom ďalšej fázy rozvoja vnútrotrhu (Jednotný trh pre občanov – predbežná správa na jarné zasadnutie Európskej rady v roku 2007, 2007).

Na základe pozorovania výrobkov, ktoré sa úspešne presadzujú na trhu, možno definovať tri súčasné trendy na trhu potravín (Horská et al., 2009):

- prírodné produkty – organické potraviny, regionálne produkty,
- polotovary a potraviny na rýchlu prípravu,
- potraviny obohatené vitamínmi a inými výživnými látkami vrátane rastúcich preferencií funkčných potravín.

Podľa Ďurkovičovej (2000) je vyspelý spotrebiteľský trh spätý s agresívnymi marketingovými metódami predaja. Vzťah predávajúci – spotrebiteľ je realizovaný na základe osobného kontaktu spotrebiteľa a predávajúceho. Avšak pri tejto činnosti všetci nepoznajú svoje spotrebiteľské práva.

Prekážky plnohodnotného maloobchodného trhu sú početné – popri nedostatku dôvery sú prekážkou aj predpisy. Vnútroštátna spotrebiteľská politika nie je sama o sebe schopná tieto problémy vyriešiť. Začínalo sa od najdôležitejšieho – smernica o nekalých obchodných praktikách (UCP), nariadenie o spolupráci pri ochrane spotrebiteľa (CPC) a sieť európskych spotrebiteľských centier (ECC) sú dobrým začiatkom. Cezhraničné porovnávanie cien pre spotrebiteľov uľahčilo euro. Významné prekážky zostávajú v oblasti spotrebiteľských zmlúv a odškodňovania (Smernica EP a R 2005/29/ES; Nariadenie EP a R (ES) č. 2006/2004).

3.2.6 Spotrebiteľ a bezpečnosť potravín

Správanie sa konzumentov vo vzťahu k bezpečnosti potravín má svoje charakteristické črty a opiera sa o množstvo faktorov. Najviac ovplyvňujú správanie spotrebiteľa rôznorodé aféry, ktoré majú priamy alebo nepriamy dopad na potraviny. Bezpečnosť potravín je najdôležitejším faktorom pri výrobe potravín.

Podstatné dôvody, prečo je dôležité dbať na bezpečnosť potravín sú (Golian a Sokol, 2003):

- zvyšujúci sa počet prípadov alimentárnych ochorení a zvyšovanie nákladov na liečbu postihnutých ľudí,
- liberalizácia svetového obchodu,
- rozmach veľkých obchodných reťazcov a zníženie bezpečnosti dovážaných potravín,
- neprestajné prejavovanie sa dôsledkov chemizácie,
- využívanie bezpečnosti potravín domácimi výrobcami a spracovateľmi na ochranu postavenia na domácom trhu,
- zvýšený výskyt škandálov so zanedbaním bezpečnosti potravín,
- absencia hodnoverných informácií o výrobkoch nových technológií,

- znižovanie kvality a bezpečnosti potravín na úkor prijateľnej ceny pre spotrebiteľa,
- deficit adekvátnych ekonomických prostriedkov na ochranu spotrebiteľa,
- zneužitie potravín v bioterizme.

Bezpečnosť potravín predstavuje komplexný systém ochrany spotrebiteľa pred nebezpečenstvom vyplývajúcim z potravín. Tento systém bol zakotvený v Bielej knihe o bezpečnosti potravín v januári 2000. Hlavnými nástrojmi bezpečnosti potravín sú Správna poľnohospodárska prax, Správna výrobná prax, Správna hygienická prax a HACCP systém (Kouřimská et al., 2006).

Golian a Sokol (2003) uvádzajú nasledovné zásady pri hodnotení správania sa spotrebiteľa vo vzťahu k bezpečnosti potravín:

- 1. Demografická charakteristika populácie.** Výber respondentov je potrebné realizovať podľa pohlavia, veku, dosiahnutého vzdelania a miesta bydliska.
- 2. Hodnotenie potenciálnych rizík a ich význam.** Potenciálne rizika je možné zoskupiť podľa konkrétnych vlastností. Najčastejšie sa posudzujú – hygienické podmienky, osobná hygiena, mikrobiálna kontaminácia, rezíduá pesticídov, hormónov, antibiotík v potravinách, existencia toxínov, alergénov, kontaminácia z obalov a pod.
- 3. Spracovanie a štatistické vyhodnotenie správania sa spotrebiteľov.** Podľa systému hodnotenia bezpečnosti potravín možno vytvoriť nasledovné skupiny:
 - bezpečnosť potravín je problém, ktorý za dôležitý považuje väčšina,
 - bezpečnosť potravín je problém, ktorého dôležitosť je u väčšiny primárna,
 - bezpečnosť potravín je jedným z najdôležitejších problémov.

Podľa Horskej et al. (2009) vo vzťahu k spotrebe potravín existuje niekoľko smerov motivácie spotreby:

- uspokojenie základných potrieb,
- motivácia spotreby zo zdravotných dôvodov,
- motivácia vnemov,
- motivácia usporiť čas,
- motivácia spotrebúvať bezpečné potraviny so zárukou,

- plniť požiadavky referenčných skupín v spoločnosti,
- motivácia spotreby z prestíže,
- ochrana životného prostredia,
- motivácia spotreby z politických dôvodov.

Väčšina ľudí považuje bezpečnosť potravín za vážny problém. Z hľadiska pohlavia väčší význam bezpečnosti potravín pripisujú ženy, čo je dané výberom potravín a následnej príprave stravy pre domácnosť. Hodnotenie bezpečnosti potravín sa zvyšuje s rastúcim vekom. Spotrebiteľia s dosiahnutým vyšším vzdelaním pripisujú väčší význam bezpečnosti potravín než spotrebiteľia s nižším vzdelaním. Rozdiely sú aj medzi spotrebiteľmi z mesta a z vidieka. Záujem o bezpečnosť potravín stúpa u spotrebiteľov, ktorí prekonali ochorenie spôsobené potravinami (Golian a Sokol, 2003).

3.2.7 Potravinársky priemysel EÚ

Potravinársky priemysel je jedným z najdôležitejších odvetví národného hospodárstva každého členského štátu Európskej únie. Vysoké požiadavky na výrobu, kvalitu a zdravotnú bezpečnosť je možné plniť len neprestajným vývinom spracovateľského potravinárskeho priemyslu. Rozvoj by sa mal zameriavať na efektívnejšie spracovanie surovín, na technologické postupy, na výrobu stále kvalitnejších výrobkov a rozširovanie sortimentu. Zakaždým bude hlavným cieľom zvýšenie účinnosti výrobného procesu s neprestajným zvyšovaním záujmu na výživnú, sensorickú, hygienickú a zdravotnú stránku potravinárskej výroby (Golian, 2001).

Jednou z podmienok úspešnosti a presadenia sa potravinárskych výrobcov na domácom, či európskom trhu je teda hlavne hygienická a zdravotná bezpečnosť nimi vyrábaných a predávaných potravín (Görner a Valík, 2004).

Kvalita surovín a potravín zaberá v súčasnosti významné miesto pri riešení ďalšieho rozvoja poľnohospodársko-potravinového komplexu. V podmienkach trhového hospodárstva je úloha kvality dominantná. Pre zabezpečenie bezpečných potravín sa požaduje kvalitná surovina, lebo každý výrobok si nárokuje surovinu určitých špecifických vlastností (Muchová et al., 2008).

3.2.8 Vývoj potravinárskeho priemyslu SR v roku 2008

Na valnom zhromaždení Potravinárskej komory Slovenska, ktoré sa konalo 6. mája 2010, delegáti vyhodnotili činnosť za uplynulé obdobie, schválili výsledky hospodárenia, plán činnosti pre obdobie roka 2010 a rozpočet na rok 2010 [URL 13].

Výkonnosť slovenskej ekonomiky v roku 2008 sa zvýšila, ale dynamika rastu HDP sa prvýkrát od roku 2004 spomalila. Podľa údajov Štatistického úradu SR účasť potravinárstva na ekonomike SR v roku 2008 medziročne vzrástla pri hrubej pridanej hodnote, hrubej produkcii, ale aj medzis potrebe a zamestnanosti. Pozícia potravinárskych a poľnohospodárskych výrobkov v zahraničnom obchode sa zhoršila. Rast dovozu predbehol rast vývozu, čím sa zvýšilo záporne saldo o 15,3 %. Zvýšil sa obrat v obchode s krajinami EÚ-27. Vývoz nahraditeľných poľnohospodárskych výrobkov prevyšoval ich dovoz. Deficit bilancie sa zvýšil v dôsledku rastúceho dovozu spracovaných potravinárskych výrobkov (Výročná správa PKS, 2010).

Potravinársky priemysel dosiahol v roku 2008 kladný výsledok hospodárenia vo výške 1,1 mld. Sk, ale jeho úroveň medziročne klesla o 61 %. Ide o jeho prvý výrazný pokles od vstupu SR do EÚ. Dopyt po potravinárskych výrobkoch, vyjadrený maloobchodnými tržbami, sa medziročne zvýšil o 1,2 %. Medzi členskými krajinami EÚ existujú značné rozdiely v spotrebe jednotlivých druhov potravín, ktoré sú obyčajne spojené s lokálnou produkciou a zvyklosťami obyvateľstva. Spotreba potravín bola v SR v roku 2007 (podľa posledných dostupných údajov) v prípade všetkých komodít nižšia ako priemerná spotreba zistená v členských štátoch EÚ. Konkurencieschopnosť potravinárskeho priemyslu na Slovensku klesá. Súvisí to jednak so zhoršovaním legislatívnych podmienok, ale aj s dlhodobým znevýhodňovaním potravinárskeho priemyslu tým, že nie je rovnocenným partnerom na čerpanie finančných prostriedkov z fondov EÚ (Výročná správa PKS, 2010).

Kontrola bezpečnosti potravín, z hľadiska zabezpečenia najvyššej ochrany zdravia a spotrebiteľa, a zdravotná bezpečnosť potravín bola prioritou SR aj v roku 2008. Orgány úradnej kontroly v pôsobnosti Ministerstva pôdohospodárstva SR a orgány verejného zdravotníctva v pôsobnosti Ministerstva zdravotníctva SR vykonávali kontrolu bezpečnosti potravín. Situácia sa nepatrne zlepšila (Výročná správa PKS, 2010).

Potravinárska komora Slovenska je členom Európskej konfederácie výrobcov potravín a nápojov so sídlom v Bruseli. Najdôležitejšou prioritou, ku ktorej smerujú

všetky aktivity PKS, je ochrana spoločných záujmov potravinárskeho priemyslu. Svoje aktivity trvale zameriava na podporu konkurencieschopnosti potravinárskeho priemyslu, ochranu zdravia spotrebiteľa, životného prostredia, kvality potravín, bezpečnosť potravín a trvale udržateľný rozvoj [URL 13].

3.3 Inštitucionálne zabezpečenie ochrany spotrebiteľa v EÚ

Už v sedemdesiatich rokoch minulého storočia sa členské štáty Európskej únie usilovali o dosiahnutie špeciálnych kritérií na ochranu spotrebiteľa, ktoré by boli spoľahlivé vo všetkých štátoch. Tieto záruky by znamenali istotu pre spotrebiteľa, že v Európskej únii i na domácom trhu sú jeho práva chránené rovnako. Uskutočnením tejto potreby sa zaoberajú jednotlivé inštitúcie EÚ. Medzi špecializované pracoviská na ochranu spotrebiteľa patria (Horská et al., 2009):

- Konzultačná rada spotrebiteľov
- Európska kancelária zväzu spotrebiteľov
- Európsky úrad združených spotrebiteľov
- Odbor spotrebiteľskej politiky pri komisii EÚ
- Výbor spotrebných družstiev
- Európske združenie spotrebiteľských organizácií

Pôsobnosť jednotlivých hlavných inštitúcií Európskej únie v ochrane spotrebiteľa bola a zostáva rozdielna (Drgoncová, 2007).

3.3.1 Rada Európskej únie

Rada Európskej únie bola založená v päťdesiatych rokoch minulého storočia na základe zakladajúcich zmlúv. Zastupuje členské krajiny a na jej zasadnutiach sa zúčastňuje jeden minister z vlády každého členského štátu EÚ. Rada Európskej únie je hlavnou zákonodarnou inštitúciou a jej prvoradou úlohou je ochrana spotrebiteľa. Bez súhlasu Rady sa žiadny právny predpis nestane súčasťou práva EÚ a teda ani

spotrebiteľského. Ochrana spotrebiteľa patrí do pôsobnosti Rady pre zamestnanosť, sociálnu politiku, zdravotníctvo a spotrebiteľské záležitosti [URL 8].

Rada EÚ schvaľuje nariadenia, smernice, rozhodnutia, ktoré sú predkladané najčastejšie komisiou. Môže uzatvárať zmluvy v mene celej Únie. Pri schvaľovaní právnych krokov v oblasti potravín, životného prostredia a ochrany spotrebiteľa sa uplatňuje spolurozhodovanie (Golian et al., 2008).

3.3.2 Európska rada

Európska rada vznikla na začiatku 70. rokov minulého storočia počas schôdzky najvyšších predstaviteľov členských krajín. Ide o významný orgán zodpovedný za základné politické rozhodnutia, riešenia politických problémov a určovanie smeru európskej integrácie. Európska rada teda neschvaľuje právne normy, ale prijíma politické rozhodnutia o prioritách budúceho vývoja (Golian et al., 2008).

Európska rada, neformálne nazývaná Summit EÚ, sa skladá z prezidentov a predsedov vlád členských štátov, z predsedu Európskej rady a z predsedu Európskej komisie. ER je najvyšším politickým orgánom EÚ a plnoprávnou inštitúciou Európskej únie. Nie je totožná s Radou EÚ, ani Radou Európy [URL 9].

3.3.3 Európsky parlament

Európsky parlament je jedinou nadnárodnou inštitúciou poslancov, ktorých volia občania Európskej únie, aby zastupovali ich záujmy. Bol zriadený v päťdesiatych rokoch minulého storočia. Európsky parlament spolurozhoduje pri vytváraní legislatívy vo sfére ochrany spotrebiteľa a zohráva dôležitú úlohu pri schvaľovaní spotrebiteľskej politiky a legislatívy. Každý občan sa so svojimi problémami a návrhmi môže obrátiť priamo na poslanca EP (Golian et al., 2008).

Záležitosťami ochrany spotrebiteľa sa v Európskom parlamente venuje hlavne Výbor pre vnútorný trh a ochranu spotrebiteľa (IMCO). Je zameraný na otázky týkajúce

sa vnútroštátnych právnych predpisov a presadzovania ochrany spotrebiteľov (Horská et al., 2009).

3.3.4 Európska komisia

Komisia EÚ je najvyšším štátnym výkonným orgánom Únie a zastupuje Európsku úniu na medzinárodných rokovaníach. Rade EÚ predkladá návrhy právnych aktov – smernice, nariadenia, rozhodnutia, odporúčenia (Golian et al., 2008).

Európska komisia má nasledujúce úlohy (Horská et al., 2009):

- zodpovedá za aplikáciu primárneho a sekundárneho práva ES a EÚ,
- dáva odporúčenia a stanoviská k otázkam, ktoré sú predmetom záujmu Spoločenstva,
- je iniciátorom rozhodovacieho procesu v Európskej únii,
- vykonáva opatrenia, ktoré na ňu preniesla Rada EÚ na základe Radou prijatých predpisov.

V Európskej komisii je úlohou ochrany spotrebiteľa poverené Generálne riaditeľstvo pre zdravie a ochranu spotrebiteľov (DG SANCO), ktoré vzniklo z dôvodu podpory lepšej kvality života európskych spotrebiteľov, verejného zdravia a bezpečnosti potravín prostredníctvom bezpečnostných noriem. Navrhuje nové zákony, ktoré majú zabezpečovať ochranu spotrebiteľov v rôznych oblastiach pre celú Európsku úniu (Horská et al., 2009).

3.3.5 Súdny dvor Európskych spoločenstiev

Súdny dvor ES predstavuje orgán súdnej moci s nezastupiteľným miestom v ochrane spotrebiteľa (Urdziková, 2010). Jeho úlohou je zabezpečiť, aby sa právne predpisy Európskej únie vykladali a uplatňovali rovnakým spôsobom vo všetkých štátoch EÚ. Stará sa napríklad o to, aby národné sudy nevydávali rozdielne rozhodnutia týkajúce sa rovnakej záležitosti. Súdny dvor ES urobil množstvo rozhodnutí, ktoré

priamo slúžia na ochranu spotrebiteľa, ale ktorými v iných konaniach vyslovil právne názory rozširujúce práva na ochranu spotrebiteľa [URL 11].

3.3.6 Európsky úrad pre bezpečnosť potravín

V rámci zaistenia bezpečnosti potravín a s cieľom predchádzať potravinovým škandálom bol v januári 2002 zriadený Európsky úrad pre bezpečnosť potravín (EFSA). Činnosť úradu sa zameriava predovšetkým na dve oblasti (Mráz, 2007):

1. Hodnotenie rizika vo sfére bezpečnosti potravín, ktoré spočíva v poskytovaní stanovísk a odporúčaní ku všetkým záležitostiam, týkajúcim sa bezpečnosti potravín a krmív, výživy a zdravia zvierat a ochrany rastlín.
2. Komunikácia o tomto riziku – čo v praxi znamená doručenie jasných, efektívnych, kompletných a včasných informácií, založených na spomínaných stanoviskách a odporúčaní, ako príslušným expertom, tak aj verejnosti.

3.4 Európske spotrebiteľské organizácie

Európske organizácie potrebujú príležitosť a kapacitu, aby mohli vstupovať do iniciatív Európskej únie, ktoré majú spotrebiteľský rozmer. Komisia preto bude pokračovať v spolufinancovaní operačného fungovania organizácií spotrebiteľov na európskej úrovni. Silné spotrebiteľské hnutie na vnútroštátnej úrovni je nevyhnutné na silné spotrebiteľské hnutie v EÚ, ako aj na dobre fungujúce vnútroštátne trhy [URL 4].

Medzi hlavné úlohy spotrebiteľských organizácií v oblasti ochrany spotrebiteľa patria vzdelávanie a šírenie spotrebiteľského povedomia, poradenstvo pri riešení konkrétnych spotrebiteľských problémov a zastupovanie sociálne odkázaných spotrebiteľov pri konkrétnych spotrebiteľských sporoch. V poslednom období sa spotrebiteľské združenia viac zapájajú do tvorby spotrebiteľskej legislatívy. Európska komisia kladie veľký význam na kvalifikovanosť, efektívne a účinné pôsobenie spotrebiteľských združení v rámci členských krajín [URL 4].

Postavenie spotrebiteľských združení sa posilnilo. Ich cieľom je poskytnúť spotrebiteľom rady, informácie a pomoc a zároveň mapovať celú situáciu na trhu. Spolupôsobia pri tvorbe spotrebiteľskej politiky (Dzurová et al., 2007).

Veľkú úlohu hrá v poslednej dobe sieť **Európskych spotrebiteľských centier (ECC-Net)**, ktorá bola zriadená z iniciatívy Európskej komisie. Európske spotrebiteľské centrá v každom štáte Európskej únie ponúkajú poradenstvo, informácie a pomoc pri spotrebiteľských otázkach a problémoch pri nákupoch tovarov a služieb v zahraničí (Horská et al., 2009).

3.4.1 Európska spotrebiteľská poradná skupina (ECCG)

ECCG (European Consumer Consultative Group) vznikla v roku 2004 a nahradila pôvodný Spotrebiteľský výbor. Európska poradná skupina spotrebiteľov bude naďalej hlavným fórom, na ktorom sa bude Komisia radiť s národnými a európskymi spotrebiteľskými organizáciami [URL 4].

3.4.2 Európska organizácia spotrebiteľov (BEUC)

BEUC (Bureau European Unions of Consumers) je zastrešujúcou organizáciou národných spotrebiteľských združení, ktorá uskutočňuje činnosť na podporu spotrebiteľských záujmov v Európskej únii. Je najvýznamnejšou organizáciou európskych spotrebiteľov. Cieľom je maximalizovať prínosy pre spotrebiteľov, ktoré vyplývajú z jednotného európskeho trhu a zároveň minimalizovať potencionálne riziká pre spotrebiteľov (Weidenfeld a Wessels, 1997). Od roku 1962 sa v prvom rade zameriava na oblasť zdravia, bezpečnosti a životného prostredia (Horská et al., 2009).

3.4.3 Európske spotrebiteľské centrum (ECC)

Európske spotrebiteľské centrum je medzičlánkom medzi európskymi spotrebiteľmi a Európskou komisiou. ECC plní tieto úlohy (Horská et al., 2009):

- spolupracuje s EK a európskymi spotrebiteľmi pri podpore čo najefektívnejšieho využívania trhu,
- poskytuje informácie o národnej a európskej legislatíve,
- poskytuje poradenstvo pre spotrebiteľov, ktorí čelia problémom a podporuje ich sťažností,
- informácie poskytuje prostredníctvom masovokomunikačných prostriedkov, letákov, internetovej stránky na základe požiadaviek spotrebiteľov,
- rieši spory mimosúdnu cestou, odporúča spotrebiteľov na konkrétne orgány pri riešení sťažností,
- upevňuje dôveru v spoločný trh a cezhraničné nákupy,
- pripravuje kampane pre spotrebiteľov,
- spolupracuje s obdobnými centrami v iných členských štátoch,
- zúčastňuje sa pravidelných stretnutí siete Európskych spotrebiteľských centier.

3.5 Spotrebiteľské organizácie SR

Úlohou spotrebiteľských organizácií je informovanie spotrebiteľov, reprezentovanie ich ekonomických záujmov a dosiahnutie vysokej úrovne spotrebiteľskej ochrany. Je dôležité posilniť spotrebiteľské organizácie, aby mohli zastupovať spotrebiteľov na národnej úrovni a podporovať integráciu svojich záujmov do národnej a európskej politiky. Spotrebiteľské záujmy by mali byť reprezentované neziskovými, nezávislými organizáciami a združeniami, bez ohľadu na ich právny profil [URL 6].

3.5.1 Združenie slovenských spotrebiteľov (ZSS)

Združenie slovenských spotrebiteľov je nevládne občianske združenie založené v roku 1990. Je členom svetovej organizácie Consumers International a európskych spotrebiteľských organizácií BEUC a ANEC. Združenie poskytuje spotrebiteľské poradenstvo cez siete oblastných spotrebiteľských poradenských centier, praktizuje vzdelávanie spotrebiteľov, zapája sa do medzinárodnej spolupráce pri realizácii spotrebiteľských projektov, zúčastňuje sa pri tvorbe spotrebiteľskej legislatívy, rieši spotrebiteľské sťažnosti a spory (Horská et al., 2009).

3.5.2 Asociácia spotrebiteľov Slovenska (ASS)

Asociácia spotrebiteľov Slovenska je neziskové občianske združenie. Jeho hlavným cieľom je ochrana práv a informovanie spotrebiteľov. Medzi hlavné činnosti ASS patrí [URL 12]:

- informovanie o právach spotrebiteľov,
- odborné poradenstvo spotrebiteľom,
- spotrebiteľské porovnávacie testy produktov,
- vyvíjanie tlaku na poctivosť výroby a predaja,
- vynuovenie opatrení spotrebiteľskej politiky.

ASS vydáva spotrebiteľský časopis TEST a podieľa sa na vysielaní spotrebiteľskej relácie TEST magazín, prostredníctvom ktorých poskytuje spotrebiteľom cenné informácie z predmetnej oblasti (Horská et al., 2009).

3.5.3 Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska (A3S)

Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska vznikla v roku 1999 ako celoslovenská organizácia s regionálnou pôsobnosťou v jednotlivých slovenských mestách a od roku 2002 je členom medzinárodnej organizácie Consumers International. Zabezpečuje vzdelávanie a zastupovanie spotrebiteľov, poradenstvo a informácie

v spolupráci s médiami, zastupuje spotrebiteľov pred súdmi, organizuje školenia, konferencie, vydáva publikácie pre spotrebiteľov, zabezpečuje prípravu učiteľov na spotrebiteľské vzdelávanie v školách a spolupracuje s občianskymi organizáciami doma i v zahraničí. A3S je zapojená do medzinárodných programov: CEAN – Spotrebiteľské vzdelávanie dospelých, Anglicko, CCN – Sieť spotrebiteľského občianstva, Belgicko, Internet Safety – Bezpečnosť detí na internete, Bulharsko, ECC – Spotrebiteľské vzdelávanie škôl, Španielsko (Horská et al., 2009).

3.6 Legislatíva a bezpečnosť potravín EÚ

Ochrana práv spotrebiteľa na medzinárodnej úrovni je zabezpečovaná prostredníctvom viacerých medzinárodných zmlúv a prostredníctvom ústavnoprávnych noriem, právnych noriem upravených zákonom a právnych noriem upravených vykonávacími predpismi. Novými právnymi predpismi sa zabezpečuje, že verejnosť má aj naďalej univerzálny prístup k dostupným a vysokokvalitným službám (Horská et al., 2009).

3.6.1 Nariadenie (ES) č. 178/2002 Európskeho parlamentu a Rady

Nariadenie (ES) č. 178/2002 Európskeho parlamentu a Rady z 28. januára 2002, ktorým sa ustanovujú všeobecné zásady a požiadavky potravinového práva, zriaďuje Európsky úrad pre bezpečnosť potravín a stanovujú postupy v záležitostiach bezpečnosti potravín, vstúpilo do platnosti 21. februára 2002, hoci niektoré kľúčové ustanovenia platia až od 1. januára 2005 (Úradný vestník ES, 2002).

Charakteristika nariadenia (Sokol et al., 2006):

- poskytuje základ na zabezpečenie vysokej úrovne ochrany zdravia ľudí a záujmov spotrebiteľov vo vzťahu k potravinám, pričom berie do úvahy najmä rozmanitosť v zásobovaní potravinami vrátane tradičných výrobkov a zároveň zabezpečuje účinné fungovanie vnútorného trhu,

- stanovuje spoločné zásady a zodpovednosti, prostriedky na zabezpečenie silnej vedeckej základne, účinných organizačných programov a postupov na podporu rozhodovania v záležitostiach bezpečnosti potravín a krmív,
- ustanovuje všeobecné zásady, ktoré sa vzťahujú na potraviny a krmivá vo všeobecnosti, a najmä bezpečnosť potravín a krmív na úrovni spoločenstva a vnútroštátnej úrovni,
- zriaďuje Európsky úrad pre bezpečnosť potravín,
- stanovuje postupy pre záležitosti s priamym alebo nepriamym dopadom na bezpečnosť potravín a krmív.

3.6.2 Nariadenie (ES) č. 1642/2003 Európskeho parlamentu a Rady

Nariadenie (ES) č. 1642/2003 Európskeho parlamentu a Rady z 22. júla 2003, ktorým sa mení a dopĺňa nariadenie (ES) č. 178/2002, ktorým sa ustanovujú všeobecné zásady a požiadavky potravinového práva, zriaďuje Európsky úrad pre bezpečnosť potravín a ktoré ustanovuje postupy v záležitostiach bezpečnosti potravín, nadobudlo účinnosť 1. augusta 2003 (Úradný vestník ES, 2003).

Nariadenie (ES) č. 178/2002 sa mení a dopĺňa v oblasti (Sokol et al., 2006):

- rozpočtových pravidiel týkajúcich sa úradu,
- návrhu všeobecnej správy, týkajúcej sa všetkých aktivít úradu v predchádzajúcom roku, návrhu pracovných programov a ich predkladania správnej rade na schválenie,
- prístupu k dokumentom a plnenia rozpočtu úhrad.

3.6.3 Nariadenie (ES) č. 2230/2004 Európskeho parlamentu a Rady

Nariadenie (ES) č. 2230/2004 z 23. decembra 2004, ktorým sa ustanovujú spôsoby uplatňovania nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002 o sieti organizácií pôsobiacich v oblasti podliehajúcich Európskemu úradu pre bezpečnosť potravín, nadobudlo účinnosť v januári 2005 (Úradný vestník ES, 2004).

3.6.4 Nariadenie (ES) č. 575/2006 Európskeho parlamentu a rady

Nariadenie (ES) č. 575/2006 zo 7. apríla 2006, ktorým sa mení a dopĺňa nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002 v súvislosti s počtom a názvami stálych vedeckých skupín Európskeho úradu pre bezpečnosť potravín, nadobudlo účinnosť 28. apríla 2006 (Úradný vestník ES, 2006).

ZÁVER

Výsledkom predloženej bakalárskej práce je vytvorenie uceleného pohľadu na spotrebiteľskú politiku v Európskej únii vo vzťahu k bezpečnosti potravín a ochrane spotrebiteľa.

Spotrebiteľská politika sa na úrovni Európskej únie považuje za jednu z kľúčových tém, kde by členské štáty mali vo väčšine opatrení postupovať jednotne. Takýto postup je nevyhnutný aj z dôvodov zaručenia rovnakých spotrebiteľských práv pri voľnom pohybe tovaru a služieb. Významnú úlohu v tejto oblasti zohrávajú zákonodarné orgány na národnej úrovni, ktoré vytvárajú základné predpoklady pre efektívne zabezpečenie ochrany spotrebiteľa v jednotlivých krajinách. Spotrebiteľská politika je mimoriadne schopná na to, aby EÚ pomohla čeliť výzvam súvisiacich s rastom a zamestnanosťou a znovu sa spojiť s jej občanmi. Víziou Komisie je, aby bola do roku 2013 schopná dokázať všetkým občanom Európskej únie, že môžu nakupovať kdekoľvek v EÚ, od obchodníka na rohu ulice po internetovú stránku, s dôverou, že sú všade chránení. Komisár pre ochranu spotrebiteľov prednesie každý rok pri príležitosti Európskeho dňa spotrebiteľov prejav, v ktorom načrtne dosiahnutý pokrok.

Vychádzajúc z cieľov Spotrebiteľskej politiky na roky 2007 – 2013 môžeme vyvodiť viaceré návrhy a závery na zlepšenie systému na ochranu spotrebiteľov:

- **Zlepšiť legislatívu na ochranu spotrebiteľa** – malo by ísť hlavne o zdokonaľovanie existujúcej legislatívy. Zámerom Európskej komisie je do väčšej miery zapojiť organizácie spotrebiteľov do procesu pri príprave nových právnych predpisov a financovať kurzy odbornej prípravy pre ich zamestnancov.
- **Lepšie informovať spotrebiteľa** – dôležité budú informácie o výsledkoch kontrol vykonaných na trhu. Lepšie informovaní spotrebiteľia, ktorí sa dožadujú svojich práv, prispievajú aj k zlepšeniu implementácie a vynútiteľnosti predpisov o ochrane spotrebiteľa.
- **Lepšie vzdelávať spotrebiteľa** – je potrebné v ďalšom období usmerniť spotrebiteľskú politiku na vytváranie spotrebiteľského povedomia. V súvislosti so vzdelávaním spotrebiteľov bude potrebné zamerať sa na rozvoj Európskeho spotrebiteľského centra, na vydávanie publikácií, na školenia v oblasti ochrany spotrebiteľa, na zvyšovanie informovanosti o výrobkoch, na realizáciu informačných

kampaní i prostredníctvom masovokomunikačných prostriedkov a pod. Predpokladá sa zaradenie tém do systému stredoškolskej výučby.

- **Zlepšiť presadzovanie práva na odškodnenie** – v súvislosti s ochranou spotrebiteľa a riešenia sporov, bude potrebné zabezpečiť informovanosť spotrebiteľov a riešenie sporov medzi poskytovateľom a príjemcom služby prostredníctvom siete európskych spotrebiteľských centier a spotrebiteľských organizácií. Spotrebiteľské organizácie by mali zodpovedne zastupovať spotrebiteľov pri riešení sporov či už mimosúdnou alebo súdnou cestou. Súčasný proces sprostredkovania spotrebiteľských sporov bude potrebné skvalitniť.
- **Dat' spotrebiteľa na popredné miesto v ďalších politikách a právnych predpisoch Európskej únie** – spotrebiteľia sú ovplyvňovaní mnohými politikami Európskej únie, napr. politikou vnútorného trhu, hospodárskej súťaže, obchodu. Pokrok sa dosiahol v zjednotení záujmov spotrebiteľov, najmä v oblastiach bezpečnosti výrobkov.
- **Zredukovať spotrebiteľské organizácie** – v súčasnosti v každom členskom štáte funguje množstvo spotrebiteľských organizácií. Spotrebiteľ veľa krát nevie na koho sa obrátiť, preto je dôležité podporovať spotrebiteľské organizácie. Pre budúcnosť združení by bolo najlepšie, keby sa v každej krajine vytvorila jedna národná spotrebiteľská organizácia, ktorá by bola rovnocenným partnerom nielen na európskej, ale aj medzinárodnej úrovni.

Každý občan žijúci v Európskej únii má ako spotrebiteľ určité práva. Ak bol poškodený alebo si kúpil niečo, čo mu nevyhovuje, mal by sa postaviť za svoje práva a sťažovať sa. Poznať spotrebiteľa, jeho zvyklosti a faktory, ktoré ho ovplyvňujú je dôležité nielen pre tvorcov potravinovej politiky, ale aj pre výrobcov potravín.

Postupná prax v oblasti ochrany spotrebiteľa odhalila niektoré nedostatky. Žiadny systém však nemôže byť dokonalý, ako aj systém na ochranu spotrebiteľov. Zavedením uvedených návrhov by sa určite dopomohlo k zlepšeniu ochrany spotrebiteľov, aj keď je ešte veľa možností.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. BABIČKA, Luboš. 2006. Bezpečnosť potravín v kontextu EFSA. In *Bezpečnosť a kontrola potravín, I. diel*. 1. vyd. Nitra : SPU, 2006, s. 5-9. ISBN 80-8069-681-0.
2. BÁRTOVA, Hilda – BÁRTA, Vladimír – KOUDELKA, Jan. 2004. *Chování spotřebitele a výzkum trhu*. 2. vyd. Praha : Oeconomica, 2004. 243 s. ISBN 80-245-0778-1.
3. BLACKWELL, Roger D. – MINIARD, Paul W. – ENGEL, James F. 2001. *Consumer Behaviour*. 9th edition. Mason, Ohio : South-Western College Publishing, 2001. 592 p. ISBN 0-03-021108-5.
4. DRGONCOVÁ, Jana. 2007. *Spotrebiteľské právo v Slovenskej republike a v Európskej únii*. Šamorín : Heuréka, 2007. 578 s. ISBN 978-80-89122-45-5.
5. DRGONCOVÁ, Jana – MALÍKOVÁ, Katarína. 2000. Zákon o ochrane spotrebiteľa. In : *Ekonomický a právny poradca podnikateľa*, 2000, č. 7, s. 124-163. ISSN 1335-0714.
6. DZUROVÁ, Mária – LIESKOVSKÁ, Vanda – FRIDRICH, Branislav – VOKOUNOVÁ, Dana – KUBIŠ, Juraj. 2007. *Spotrebiteľské teórie a realie*. Bratislava : Ekonóm, 2007. 293 s. ISBN 978-80-225-2327-1.
7. ĎURKOVIČOVÁ, Jana. 2000. Ochrana a ďalší rozvoj spotrebiteľských práv. In : *Legislatíva, marketing a manažment v poľnohospodárstve*. Nitra : SPU, 2000, s. 9. ISBN 80-7137-239-0.
8. FEKETE, Imrich. 2007. Zákon o ochrane spotrebiteľa s komentárom. In : *Poradca*, roč. 15, 2007, č. 12, 223 s. ISSN 1335-1583.
9. GOLIAN, Jozef. 2001. *Návody na cvičenia z hygieny potravín*. 1. vyd. Nitra : SPU, 2001. 152 s. ISBN 80-7137-829-1.
10. GOLIAN, Jozef – ČAPLA, Jozef – ZAJÁC, Peter – SOKOL, Jozef – CHOVANEC, Martin. 2008. *Legislatíva a kontrola potravín*. 1. vyd. Nitra : SPU, 2008. 148 s. ISBN 978-80-552-0077-4.
11. GOLIAN, Jozef – SOKOL, Jozef. 2003. Bezpečnosť potravín a správanie sa spotrebiteľov v transformujúcich krajinách. In : *Potravinárstvo, nutričná hodnota potravín, ich zdravotná neškodnosť a hygienická bezpečnosť*. Nitra : SAPV, 2003, s. 67-69. ISBN 80-89162-00-2.

12. GÖRNER, Fridrich – VALÍK, Ľubomír. 2004. *Aplikovaná mikrobiológia požívateľín*. 1. vyd. Bratislava : Malé centrum, 2004. 528 s. ISBN 80-967064-9-7.
13. HALGAŠOVÁ, Jarmila. 2006. Ťažko vytvárané partnerstvo. In : *Spotrebiteľ*, roč. 1, 2006, č. 4, s. 6-7.
14. HORSKÁ, Elena – UBREŽIOVÁ, Iveta. 2001. *Manažment a marketing v medzinárodnom prostredí*. 1. vyd. Nitra : SPU, 2001. 418 s. ISBN 80-7137-884-4.
15. HORSKÁ, Elena – NAGYOVÁ, Ľudmila – STÁVKOVÁ, Jana – TURČÍNKOVÁ, Jana – STEJSKAL, Ladislav – BOLAÑOS, Rosa Melero – PADILLA, Rafael A. Araque – SIMÓ, José Montero – SOBRINO, Jesús Ramírez – MATYSIK-PEJAS, Renata – SZAFRANSKA, Monika. 2009. *Európsky spotrebiteľ a spotrebiteľské správanie*. 1. vyd. Nitra : SPU, 2009. 219 s. ISBN 978-80-552-0318-8.
16. HRAŠKO, Pavel. 2006. Aktuálna úloha v EÚ. *Spotrebiteľ*, roč. 1, 2006, č. 4, s. 12.
17. Jednotný trh pre občanov – predbežná správa na jarné zasadnutie Európskej rady v roku 2007. Brusel 21.2.2007. KOM (2007) 60.
18. KERIN, Roger A. – HARTLEY, Steve W. – BERKOWITZ, Eric N. – RUDELIUS, William. 2006. *Marketing*. 8th ed. Boston : McGraw-Hill Companies, 2006. 112 s. ISBN 0-07-282880-3.
19. KITA, Jaroslav. 2005. *Marketing*. 3. vyd. Bratislava : Iura Edition, 2005. 431 s. ISBN 80-8078-049-8.
20. KOTLER, Philip. 2004. *Marketing management*. 11. vyd. Praha : Grada Publishing, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0016-6.
21. KOTLER, Philip – ARMSTRONG, Gary. 2004. *Marketing*. 6. vyd. Praha : Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
22. KOUDELKA, Jan. 1997. *Spotřební chování a marketing*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997. 191 s. ISBN 80-7169-372-3.
23. KOUŘIMSKÁ, Lenka – BABIČKA, Luboš – FAMĚRA, Oldřich – POUSTKOVÁ, Ivana. 2006. Bezpečnosť potravín a systém HACCP. In *Bezpečnosť a kontrola potravín, 1. diel*. Nitra : SPU, 2006, s. 14-16. ISBN 80-8069-681-0.
24. KRETTNER, Anton – ŠIMO, Dušan – NAGYOVÁ, Ľudmila – VICEN, Michal. 2008. *Marketing*. 3. vyd. Nitra : SPU, 2008. 287 s. ISBN 978-80-552-0134-4.
25. KROEBER-RIEL, Werner – WEINBERG, Peter. 2003. *Konsumentenverhalten*. 8. Auflage. München : Verlag Franz Vahlen, 2003. 825 s. ISBN 3-8006-2931-3.

26. KRŠKOVÁ, Alexandra – KRÁTKA, Darina. 2003. *Základy práva a ochrana spotrebiteľa*. 5. vyd. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2003. 119 s. ISBN 80-10-00240-2.
27. KUBICOVÁ, Ľubica. 2008. *Vývoj spotrebiteľského dopytu po potravinách*. 1. vyd. Nitra : SPU, 2008. 85 s. ISBN 978-80-552-0092-7.
28. KULČÁKOVÁ, Marta – RICHTEROVÁ, Kornélia. 1997. *Spotrebiteľ na trhu*. 1. vyd. Bratislava : Sprint, 1997. 182 s. ISBN 80-7137-884-4.
29. LISÝ, Ján. 2005. *Ekonomia v novej ekonomike*. 1. vyd. Bratislava : Iura Edition, 2005. 622 s. ISBN 80-8078-063-3.
30. MRÁZ, Igor. 2007. 22. zasadnutie Poradného fóra Európskeho úradu pre bezpečnosť potravín v Bratislave. In *Kvalita*, roč. 15, 2007, č. 3, s. 33. ISSN 1335-9231.
31. MUCHOVÁ, Zdenka – FRANČÁKOVÁ, Helena – BOJŇANSKÁ, Tatiana – BAJČI, Pavol. 2008. *Hodnotenie surovín a potravín rastlinného pôvodu*. 5. vyd. Nitra : SPU, 2008. 217 s. ISBN 978-80-552-0127-6.
32. NAGYOVÁ, Ľudmila – HORSKÁ, Elena. 2000. Vplyv vybraných faktorov na spotrebu potravín Slovenska a vo svete. In : *Zborník z vedeckej konferencie s medzinárodnou účasťou Výživa a potraviny pre tretie tisícročie*. Nitra : SPU, 2000. 227 s. ISBN 80-7137-742-2.
33. NAGYOVÁ, Ľudmila – MAĎAROVÁ, Ľudmila. 2005. Spotrebiteľské správanie na regionálnom trhu potravín. In *Riešenie vybraných manažérskych a marketingových problémov v agropotravinárstve*. Nitra : SPU, 2005. s. 115-121. ISBN 80-8069-510-5.
34. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie predpisov na ochranu spotrebiteľa (Ú. v. EÚ L 364. 9.12.2004, s. 1).
35. Ochrana spotrebiteľa v Európskej únii: Desať hlavných zásad. 2005. Brusel : Generálne riaditeľstvo pre zdravie a ochranu spotrebiteľa, Európska komisia, 2005. 16 s.
36. PELSMACKER de, Patrick – GEUNES, Maggie – VAN DEN BERGH, Joeri. 2003. *Marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. 600 s. ISBN 80-247-0254-1.

37. PETER, Paul J. – OLSON, Jerry C. 2008. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 8th edition. Boston : McGraw-Hill International, 2008. 555 p. ISBN 978-007-125935-4.
38. POLÁKOVÁ, Eva. 2007. *Mediálne kompetencie*. 1. vyd. Trnava : FMK UCM, 2007. 144 s. ISBN 978-80-89220-65-6.
39. RICHTEROVÁ, Kornélia – KULČAKOVÁ, Marta – KLEPOCHOVÁ, Dagmar. 2005. *Spotrebiteľské správanie*. Bratislava : Ekonóm, 2005. 206 s. ISBN 80-225-2036-5.
40. Rozhodnutie 1926/2006/ES z 18. decembra 2006 (Ú. v. EÚ L 404, 30.12.2006, s 39).
41. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22).
42. SCHIFFMAN, Leon G. – KANUK, Leslie Lazar. 2004. *Nákupní chování*. Brno : Computer Press, 2004. 634 s. ISBN 80-251-0094-4.
43. SOKOL, Jozef – VEČEREK, Vladimír – VORLOVÁ, Lenka – GOLIAN, Jozef – RAJSKÝ, Dušan. 2006. Legislatívny proces a bezpečnosť potravín v Európskej únii. In : *Bezpečnosť a kontrola potravín, I. diel*. 1. vyd. Nitra : SPU, 2006. s. 20-25. ISBN 80-8069-681-0.
44. STAŠENKOVÁ, Božena. 2006. *Prečo a ako vzdelávať spotrebiteľa*. 1. vyd. Bratislava : Metodicko-pedagogické centrum, 2006. 60 s. ISBN 80-7164-408-0.
45. STEFFENS, Heiko. 2004. *Správanie spotrebiteľov a spotrebiteľská politika*. 1. vyd. Bratislava : Ekonomická univerzita, 2004. 94 s. ISBN 80-225-1911-1.
46. Stratégia spotrebiteľskej politiky 2007 – 2013. Posilniť postavenie spotrebiteľov, zlepšiť ich spokojnosť, účinne ich chrániť. 2007. Brusel : Európske spoločenstvo, 2007. 28 s. ISBN 978-92-79-06130-1.
47. ŠIBL, Drahoš. 2002. *Veľká ekonomická encyklopédia*. 2. vyd. Bratislava : Ekonóm, 2002. 967 s. ISBN 80-89085-04-0.
48. TKÁČIKOVÁ, Jarmila. 2006. Ochrana našinca za hranicami. In *Spotrebiteľ*, roč. 1, 2006, č. 1, s. 8-9.
49. TURČÍNKOVÁ, Jana – MATULOVÁ, Radka. 2005. Kvantitatívni analýza chování spotřebitele na trhu. In *Sborník Mezinárodní Baťovy Doktorandské konference*. 1. vyd. Zlín : Ústav manažmentu FaME, 2005. 38 s. ISBN 80-7318-257-2.

50. URDZIKOVÁ, Jana. 2010. Ochrana zákazníka na úrovni Európskej únie. In *Manažment v teórii a praxi*, roč. 6, 2010, č. 1, s. 69. ISSN 1336-7137.
51. URL 1 http://ec.europa.eu/consumers/pro/index_sk.htm
52. URL 2 <http://www.dolceta.eu/slovensko/Mod5/spip.php?rubrique36>
53. URL 3 http://www.eppgroup.eu/Policies/pkeynotes/45consumer-protection_sk.asp
54. URL 4 http://www.economy.gov.sk/index/open_file.php?ext_dok=116515
55. URL 5 http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/acquis/green-paper_cons_acquis_sk.pdf
56. URL 6 www.deco.proteste.pt
57. URL 7 http://www.fem.uniag.sk/Elena.Horska/texty/Ochrana_spotrebiteľa-Ostertagova.doc
58. URL 8 www.europa.eu
59. URL 9 http://sk.wikipedia.org/wiki/Európska_rada
60. URL 10 http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/index_en.htm
61. URL 11 http://europa.eu/pol/cons/overview_sk.htm
62. URL 12 www.pravaspotrebiteľa.sk
63. URL 13 <http://www.potravinari.sk/>
64. Úradný vestník ES, L 031, 01.02.2002, s.1-24.
65. Úradný vestník ES, L 245, 29.09.2003, s. 4-6.
66. Úradný vestník ES, L 379, 24.12.2004, s. 4.
67. Úradný vestník ES, L 100, 08.04.2006, s. 3.
68. VAJDEČKA, Ján – ŠTEFÁNIK, Ján. 2005. Systém manažérstva potravinovej bezpečnosti. In *Kvalita*, roč. 13, 2005, č. 1, s. 26-30. ISSN 1335-9231.
69. VEBER, Jaromír – HŮLOVÁ, Marie – KOŘANOVÁ, Helena – PLAŠKOVÁ, Alena. 2007. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 2. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. 201 s. ISBN 978-80-247-1782-1.
70. VOJČÍK, Peter. 2009. *Občiansky zákonník – stručný komentár*. 2. vyd. Bratislava : Iura Edition, 2009. 1234 s. ISBN 978-80-8078-249-8.
71. Výročná správa PKS. Máj 2010.
72. WEIDENFELD, Werner – WESSELS, Wolfgang. 1997. *Európa od A do Z : Sprievodca európskou integráciou*. Bratislava : Sprint, 1997. 271 s. ISBN 80-88848-40-7.
73. ZÁHRADNÍK, Petr. 2003. *Vstup do Evropské unie / přínosy a náklady konvergence*. 1. vyd. Praha : C. H. Beck, 2003. 359 s. ISBN 80-7179-472-4.