

Systém podpory domácich potravinárskych a poľnohospodárskych produktov¹

Alena Dudeková²

The Support of Local Food and Agricultural Products

Abstract

Quality Mark SK was established in 2004 according to models of quality systems of other Member States of the EU, especially neighbouring countries such as the Czech Republic, Hungary and Poland. Promoting domestic consumption of food is one of the main objectives of the program Quality Mark SK. The objective of this paper is to analyse the Quality Mark SK and its evolution in relation to the funds and the number of new certified brands. As the program Quality Mark SK is financed from the state budget, the article focuses on the impact on preference of Slovak products among foreign ones. Part of the article comprises comparison of support of domestic products in the neighbouring Czech Republic.

Key words

Quality Mark SK, preference of Slovak products, consumer

JEL Classification: M31

Úvod

V súčasnosti sa na trhu nachádza veľký a široký sortiment výrobkov, z ktorých si môžu spotrebiteľia vyberať. Orientovať sa vo výbere im pomáhajú rôzne známky, certifikáty, ktoré sú zamerané na pôvod alebo zloženie výrobku. Jednou z takýchto známok je aj Značka kvality SK.

Program podpory kvalitných poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov sa na Slovensku začal od začiatku 90. rokov. Ministerstvo pôdohospodárstva SR vyhlásilo Národný program podpory domácich poľnohospodárskych výrobkov a potravín, ktorého hlavnou prioritou bola propagácia domácich výrobkov. Značka kvality SK vznikla v roku 2004 podľa vzoru systémov kvality jednotlivých členských štátov EÚ, ale najmä susedských krajín ako Českej republiky, Maďarska a Poľska (Značka kvality EÚ a SR, 2011). Podpora spotreby domácich potravín je jednou z hlavných cieľov označenia Značky kvality SK.

Okrem programu podpory domácich kvalitných poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov na Slovensku, zohráva významnú úlohu propagácie a podpory v danej oblasti aj Európska politika kvality a ochranného označenia produktov. Jedným z ná-

¹ Príspevok vznikol v rámci riešenia grantového projektu VEGA č.1/0635/14 – *Stav a perspektívy rozvoja trhu biopotravín, tradičných a regionálnych potravín na Slovensku.*

² Ing. Alena Dudeková, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra tovaroznalectva a kvality tovaru, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: alena.dudekova@euba.sk

strojov tejto európskej politiky je systém ochranného označenia produktov – ochranných známk, chránených zemepisných označení, chránených označení pôvodu poľnohospodárskych produktov a potravín a systém tzv. zaručene tradičných špecialít. Zmyslom týchto názvov je ochrana pred konkurenciou produktov, ktoré sa za tieto produkty neprávom vydávajú, a zároveň ochrana spotrebiteľa pred nežiaducim klamaním a propagáciou systému kvality EÚ voči tretím krajinám (Knošková, 2014).

Systém značenia kvality produktov je na jednej strane zameraný na podporu a ochranu záujmov výrobcov, ktorí neprofitujú iba z masovej produkcie výrobkov s nízkou pridanou hodnotou, ale aj z produkcie výrobkov s vyššou kvalitou, a tým aj vyššou pridanou hodnotou. Ale aj na strane spotrebiteľov došlo zavedením značenia k efektívnejšiemu systému informovanosti a zásobovania kvalitnými potravinami, ktoré sú správané informáciami o pôvode a zložení (Značka kvality EÚ a SR, 2011).

Program podpory kvalitných domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov na Slovensku je zo strany štátu zavedený, otázkou však zostáva, či aj samotní spotrebiteľia dôverujú a preferujú domáce výrobky pred zahraničnými. V opačnom prípade by samotný program Značky kvality SK strácal svoj význam.

1 Metodika práce

Základným zdrojom pri spracovávaní príspevku boli sekundárne údaje. Boli využité údaje od slovenských a českých agentúr zaoberajúcich sa problematikou spotrebiteľského rozhodovania sa, správy agentúry GfK, Únie potravinárov Slovenska a Asociácie malých a stredných podnikov v Českej republike, interné správy Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky, internetové zdroje zamerané na Značku kvality SK a značku KLASA. Zozbierané údaje sú doplnené o aktuálne zdroje v elektronickej podobe. Pri ich spracovávaní boli využité hlavne všeobecné vedecké metódy ako analýza, syntéza, dedukcia a indukcia.

Cieľom príspevku je analyzovať Značku kvality SK a jej vývoj z pohľadu vynaložených finančných prostriedkov vzhľadom na počet novoudelených značiek. Značka kvality SK je program financovaný zo štátneho rozpočtu, preto je článok orientovaný aj na otázku preferencie slovenských výrobkov pred zahraničnými. Súčasťou článku je vecné porovnanie situácie podpory domácich výrobkov v susednej Českej republike.

2 Výsledky a diskusia

2.1 Značka kvality Slovenskej republiky

Národný program podpory poľnohospodárskych výrobkov a potravín „Značka kvality SK“ (ďalej len ZK SK) vznikol v roku 2004 s cieľom zabezpečiť dostatok informácií pre spotrebiteľa o bezpečných a kvalitných domácich výrobkoch a pre zabezpečenie podpory spotreby domácej potravinovej produkcie v rozvíjajúcom sa konkurenčnom prostredí po vstupe Slovenska do Európskej únie (Interný dokument MPRV, 2014). Aby

výrobky získali ocenenie Značka kvality SK (pozri obr. 1), musia spĺňať tieto kritériá (Značka kvality, 2015):

- požiadavky ustanovené príslušnými právnymi predpismi potravinového práva,
- musia vykazovať kvalitatívne charakteristiky, ktoré žiadateľ opíše v technickej dokumentácii,
- obsahujú najmenej 75 % z celkovej spotreby surovín z domácej výroby (ak ide o potraviny, ktoré nemožno vyrábať bez surovín z dovozu, pretože tieto nemožno v Slovenskej republike dopestovať, získať alebo vyprodukovať v požadovanej kvalite a množstve, podiel domácej suroviny v nich sa nepredpisuje a žiadateľ zdôvodňuje, prečo nespĺňa podiel suroviny domáceho pôvodu),
- všetky fázy výrobného procesu sa musia uskutočňovať na území Slovenskej republiky (s výnimkou surovín z dovozu).

Obr. 1 Logo Značky kvality SK



Zdroj: <http://www.znackakvality.sk/>

Výrobky, ktoré spĺňajú nadštandardné kvalitatívne vlastnosti, t. j. svojimi parametrami výrazne prevýšia im podobné výrobky na trhu, na základe odborného posúdenia a na odporúčanie komisie získajú Značku kvality SK GOLD (pozri obr. 2). Celý proces posudzovania a udeľovania národnej Značky kvality SK je bezplatný, pričom zasielať žiadosti možno počas celého roka.

Podľa Stanislava Šilhára, vedúceho Biocentra Národného poľnohospodárskeho a potravinárskeho centra, sú podmienky pre výrobcu na získanie Značky kvality veľmi prísne a dvakrát do roka navštívi takéhoto producenta kontrola, ktorá zisťuje, či je u neho všetko tak, ako je v žiadosti na Značku kvality SK (Šilhár, 2013).

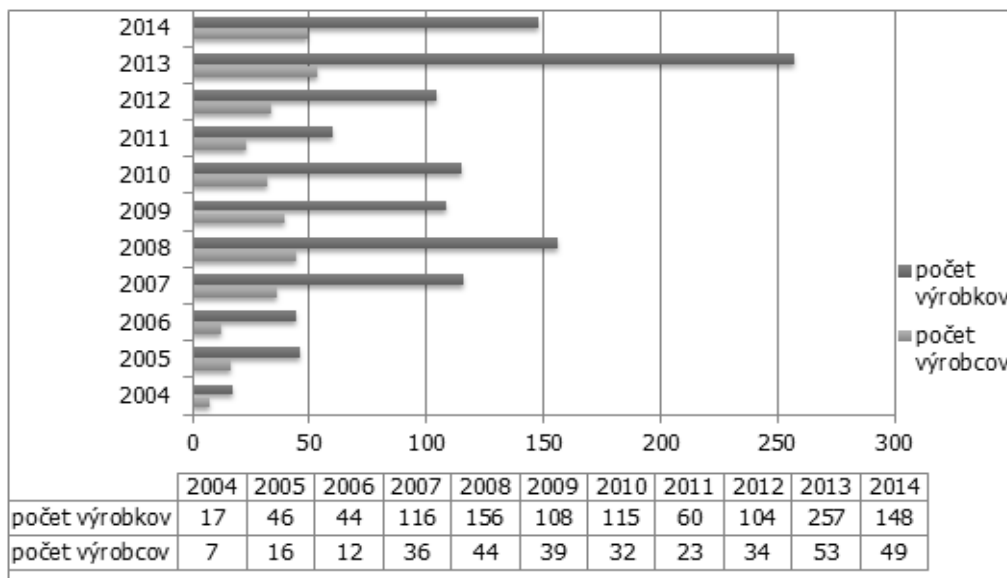
Obr. 2 Logo Značky kvality SK GOLD



Zdroj: <http://www.znackakvality.sk/>

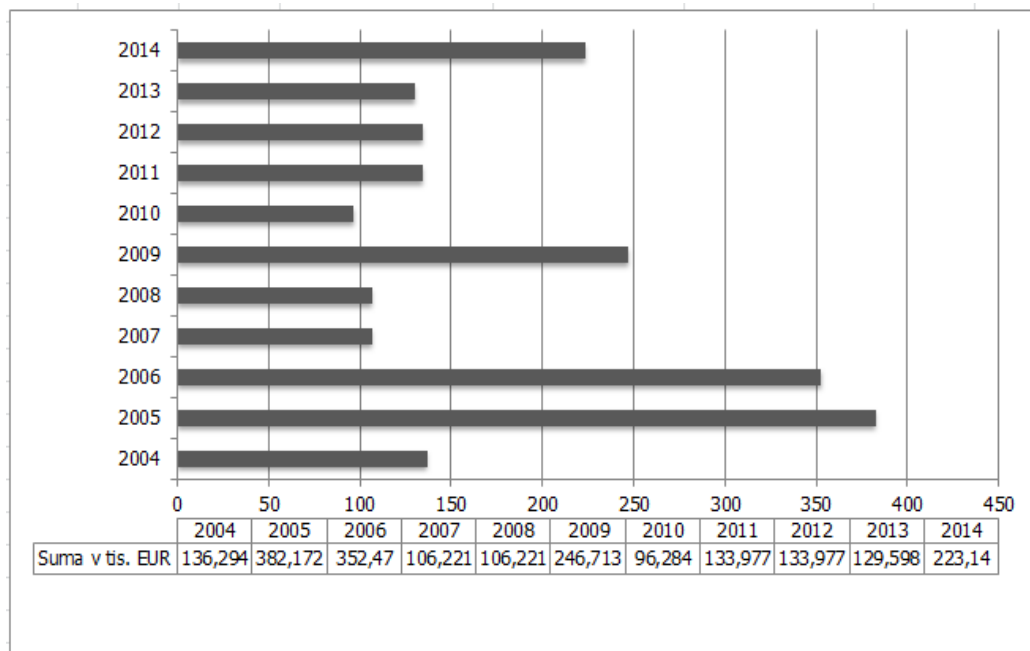
Garantom udeľovania Značky kvality SK je Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR (ďalej len MPRV SR) prostredníctvom Komisie na posudzovanie a udeľovanie ZK SK na poľnohospodárske produkty a potraviny, ktorú menuje minister pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR. Táto garancia MPRV SR predstavuje hlavný rozdiel Značky kvality SK oproti iným aktivitám a označeniam kvality poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov, ktoré sú používané na trhu. Značka kvality sa udeľuje spravidla na tri roky. Ak majiteľ Značky kvality SK nedodržiava podmienky vyplývajúce z rozhodnutia o jej udelení, svojím konaním poškodzuje hodnotu značky alebo jeho konanie je v rozpore s marketingovými cieľmi a zásadami Značky kvality SK, môže mu byť toto označenie odňaté (Interný dokument MPRV, 2014).

Graf 1 Vývoj počtu držiteľov Značky kvality SK v období rokov 2004 – 2014



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z dokumentu Stratégia budovania ZS SK, 2014

Počet držiteľov Značky kvality SK od jej začiatku vzrástol z počtu 7 na počet 49 v roku 2014. V grafe č. 1 je znázornený vývoj počtu výrobkov a výrobcov, ktorým bola udelená Značka kvality SK za sledované obdobie 10 rokov. Markantný rozdiel je viditeľný v roku 2013, keď počet držiteľov značky vzrástol o 56 % a počet výrobkov vlastníacich Značku kvality SK o 147 % oproti roku 2012. Tento nárast spôsobila spustená aktívna marketingová komunikácia Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR, ktorej cieľom bolo prispieť k zvýšeniu povedomia a pozitívnemu vnímaniu Značky kvality SK u spotrebiteľov. Z pohľadu vynaložených finančných prostriedkov a počtu pridelených značiek kvality je tento rok považovaný za najefektívnejší.

Graf 2 Vynaložené finančné prostriedky na program Značka kvality SK

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z dokumentu Stratégia budovania ZS SK, 2014

Značka kvality SK je financovaná z rozpočtovej kapitoly Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR. Na vznik a rozbehnutie programu Značka kvality SK, bolo v prvom roku vynaložených 136-tisíc Eur. Spustenie marketingovej kampane zameranej na spotrebiteľov, ale i maloobchodníkov a výrobcov, stálo v rokoch 2005 a 2006 najviac finančných prostriedkov. V roku 2005 bolo vynaložených 382-tisíc Eur a v roku 2006 o 30-tisíc Eur menej. Najmenší finančný objem financií bol vynaložený v roku 2010, kedy došlo aj k poklesu počtu výrobkov o 47,8 % ako aj počtu výrobcov vlastníacich značku kvality SK o 28,1 %. Na spustenie marketingovej komunikácie Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR v roku 2013 bolo vyčlenených 129,6-tisíc Eur. Tieto vyčlenené finančné prostriedky boli vynaložené efektívne. Opačná situácia je v roku 2014, keď je zaznamenaný pokles v počte pridelených Značiek kvality SK ako u výrobcov, tak aj u výrobkov napriek 223,14-tis. dotácie zo strany štátu. Finančné prostriedky vynaložené na program Značka kvality SK sú za obdobie rokov 2004 – 2014 znázornené v grafe 2.

Z pohľadu vynaložených finančných prostriedkov a počtu pridelených značiek kvality je rok 2013 považovaný za najefektívnejší. Na získanie jedného nového ocenenia Značka kvality SK bolo vynaložených 753 Eur, čo predstavuje najnižšie vynaloženú finančnú sumu za celé obdobie realizovania programu. Druhá, najnižšie vynaložená finančná suma na získanie jedného nového ocenenia, bola v roku 2007 a predstavuje 1 106 Eur. Naopak, najviac finančných prostriedkov na získanie nového ocenenia bolo vynaložených v roku 2006. Pre tento rok je však charakteristické pokračovanie marketingovej kampane zameranej na spotrebiteľov.

Graf 3 Vývoj počtu držiteľov Značky kvality SK v období rokov 2004 – 2014

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z dokumentu Stratégia budovania ZS SK, 2014

Značkou kvality SK bolo k 15. 10. 2014 ocenených celkovo 751 výrobkov od 96 výrobcov (Interný dokument MPRV, 2014). Komoditná štruktúra ocenených výrobkov je rôznorodá (pozri graf 3), prvenstvo získali mliečne výrobky s počtom 239 ocenení, čo predstavuje 31,8 % zo všetkých ocenení. O získanie Značky kvality sa usilovali aj výrobcovia mlynárskych, pekárnskych a cukrárenských výrobkov, spolu získali 133 ocenení (17,7 %). Najmenej ocenení z pohľadu komoditnej štruktúry získali nealkoholické nápoje s počtom 11 (1,5 %). Štruktúra a veľkosť sortimentu výrobkov ocenených Značkou kvality je z pohľadu vnímania celkovej ponuky na trhu spotrebiteľov dostatočná. Túto skutočnosť pritom zaznamenali aj obchodné reťazce, ktoré na základe toho začali prejavovať záujem o spoluprácu v oblasti propagácie Značky kvality SK.

V priebehu roku 2014 nadviazalo ministerstvo v oblasti propagácie Značky kvality SK spoluprácu s tými obchodnými reťazcami, ktoré prejavili o ňu aktívny záujem. Zmluvy oprávňujúce obchodný reťazec na bezodplatné používanie označení Značka kvality SK pri propagácii ocenených výrobkov, resp. pri propagácii programu samotného, boli zatiaľ uzatvorené so spoločnosťami BILLA, Kaufland a TESCO, pričom ministerstvo je pripravené rozšíriť tento zoznam partnerov aj o ďalšie obchodné spoločnosti, ktoré o to prejavujú serióznym záujmom (Interný dokument MPRV, 2014).

Jedným z hlavných cieľov Značky kvality SK je budovanie identity domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov a z marketingového pohľadu uľahčiť spotrebiteľovi výber kvalitného domáceho výrobku. Chcú však spotrebiteľia nakupovať slovenské výrobky?

2.2 Budovanie potravinového patriotizmu

Otázke spotrebiteľského názoru na kúpu domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov sa venovalo viacero prieskumov. Spoločnosť GfK Slovakia v apríli

2012 realizovala prieskum na reprezentatívnej vzorke populácie Slovenskej republiky vo veku 15 – 79 rokov s počtom 500 respondentov, z ktorého vyplýva, že 46 % respondentov skôr súhlasí a 31 % plne súhlasí s tým, že pri nákupe preferujú tovar vyrobený na Slovensku. Ako dôvod uvádzajú fakt, že pri ich kúpe sú vložené finančné prostriedky do našej ekonomiky, ktoré sa nám vrátia v službách. Priplatiť si za slovenský výrobok v porovnaní s podobným zahraničným výrobkom je ochotných 51 % z opýtaných respondentov. Kvantitatívny prieskum sa uskutočnil metódou CAPI (GfK Slovakia, 2012).

Ďalší prieskum realizovaný spoločnosťou GfK Slovakia v období od januára do júna 2013, bol takisto zameraný na sledovanie nákupných košíkov spotrebiteľov a krajiny pôvodu nakúpených potravín. Celkový počet položiek zaradených do prieskumu bol 3 508. Slovenský výrobok bol identifikovaný na základe informácií na etikete, dostupných pre kupujúceho. Podiel slovenských výrobkov v nákupných košíkoch podľa počtu kusov sa medziročne zvýšil o 5 %. V roku 2012 predstavoval podiel 54 %, v roku 2013 je to 59 % (GfK Slovakia, 2013).

K slovenským výrobkom sa u spotrebiteľov viaže pojem kvalita. Podľa výsledkov z ďalšieho prieskumu organizovaného Úniou potravinárov Slovenska na medzinárodnom veľtrhu Agrokomplex až 35 % opýtaných respondentov uviedlo, že kvalita slovenských potravín je podľa ich názoru vyššia ako kvalita dovážaných potravinárskych výrobkov. Až 61 % opýtaných uviedlo, že kvalita slovenských potravín je na rovnakej úrovni ako kvalita dovážaných, a iba 4 % spotrebiteľov vníma zahraničnú potravinu ako kvalitnejšiu než tú, ktorá bola vyrobená na Slovensku. Prieskum bol zrealizovaný v rámci projektu „Prezentácia domácich potravinárskych výrobkov a upevňovanie znalostí spotrebiteľov o význame domácich potravinárskych výrobkov na medzinárodnom poľnohospodársko-potravinárskom veľtrhu Agrokomplex v Nitre“ a realizovaný na vzorke 1 200 respondentov (Únia potravinárov Slovenska, 2010).

Z prieskumov vyplynulo, že respondenti preferujú tovar vyrobený na Slovensku, považujú ho za dostatočne kvalitný a medziročne sa zvyšuje aj podiel slovenských výrobkov v nákupných košíkoch. Tento nárast ukazuje, že zvolená a dobre nastavená stratégia propagácie a podpory slovenských výrobkov dokáže prinútiť spotrebiteľov zamyslieť sa nad tým, čo kupujú.

2.3 KLASA - značka kvality v Českej republike

V Českej republike využíva štát na podporu propagácie a predaja kvalitných českých potravín značku kvality „KLASA“. Udeľuje ju Ministerstvo zemédelství ČR od roku 2003. Značka je udeľovaná na tri roky, po tomto období môže byť predĺžená alebo odobratá. Logo národnej značky pomáha spotrebiteľom v lepšej orientácii a identifikácii českých potravinárskych produktov (pozri obr. 3). Výrobky označené značkou KLASA musia byť vyrobené v Českej republike, ale suroviny môžu pochádzať aj zo zahraničia. (KLASA, 2015). Národnú značku spravuje oddelenie marketingu Státniho zemědělského intervenčního fondu. Splnenie všetkých stanovených kvalitatívnych požiadaviek overuje a hodnotí Státní zemědělská a potravinářská inspekce v spolupráci so Státnou veterinárnou správou. Prihlásený výrobok musí spĺňať platné právne predpisy Českej republiky, ako i platné predpisy Európskej únie.

Obr 3 Logo značky kvality KLASA

Zdroj: <http://www.eklasa.cz/>

Koncom roku 2014 značka KLASA bola pridelená 227 výrobcov a 1 163 výrobkom (KLASA, 2015). Výrobcom, ktorí požiadali o označenie značkou kvality KLASA a spĺňajú požiadavky na udelenie tohto označenia, si môžu umiestniť na výrobok logo značky kvality KLASA. Výhodou značky je, že každý výrobok so značkou KLASA je zaradený do štátnej marketingovej podpory, ktorý je financovaný zo štátneho rozpočtu Českej republiky.

Podobne ako u nás, tak aj v Českej republike bolo vykonaných viacero prieskumov na zistenie preferencie nákupu domácich výrobkov. Podľa prieskumu vykonaného Asociáciou malých a stredných podnikov a živnostníkov (Asociace malých a středních podniků ČR) zameraného na zistenie názorov spotrebiteľov, 76 % respondentov uviedlo, že preferujú kúpu českých výrobkov pred zahraničnými. O českých výrobkoch si 41 % respondentov myslí, že sú rovnako kvalitné ako zahraničné výrobky. Prieskum bol realizovaný v roku 2012 metódou CATI na vzorke 521 respondentov (AMSP ČR, 2012).

Záver

Program Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky Značka kvality SK funguje na Slovensku od roku 2003 a vznikol podľa vzoru susedných štátov, ktoré majú v označovaní svojich domácich výrobkov dlhodobú tradíciu. Značka kvality SK je zameraná na podporu kvalitných domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov. Je financovaná zo štátneho rozpočtu. V súčasnosti je ocenených 751 výrobkov od 96 výrobcov a finančných prostriedkov bolo do konca roku 2014 vynaložených 1 560 351 Eur. Uprednostňujú ale slovenskí spotrebiteľia nákup domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov?

Podľa viacerých prieskumov realizovaných s cieľom získania spotrebiteľského názoru na kúpu domácich výrobkov, sú spotrebiteľia ochotní kupovať si slovenské výrobky. Podobný výsledok bol zaznamenaný aj v Českej republike, kde sa spotrebiteľia podobne ako slovenskí vyjadrili kladne ku kúpe domácich výrobkov.

V lepšej orientácii v širokom sortimente potravinárskych a poľnohospodárskych výrobkov pomáhajú spotrebiteľom rôzne marketingové nástroje ako značky alebo certifikáty. Jednou z nich je na Slovensku Značka kvality SK a v Českej republike značka

KLASA. Tieto značky spotrebiteľom garantujú, že kupovaný výrobok je slovenský (český), resp. je vyrobený zo slovenských (českých) surovín. Efekt týchto značiek na predaj je však medzi výrobcami zatiaľ sporný. Zatiaľ čo niektorí výrobcovia potravín zaznamenali zvýšenia odbytu, ako i získanie imidžu kvalitného výrobcu u verejnosti po získaní značiek kvality, podľa iných sa efekt nedostavil (Horáček, 2014).

Pretože získané dáta o spotrebiteľskom správaní nie sú úplne aktuálne, bude zaujímavé sledovať problematiku budovania patriotizmu k domácim výrobkom z dlhodobejšieho pohľadu.

Zoznam bibliografických odkazov

- AMSP ČR. (2012). *Výsledky průzkumu č. 18 AMSP ČR značky kvality a jejich vnímání spotřebiteli a podnikateli*. Dostupné 6.3.2015 na http://www.npj.cz/tmce/aktuality%20soubory/vysledky_18_pruzkumu_amsp_cr.pdf
- GfK Slovakia. (2012). *Kvalita z našich regiónov, spotrebiteľské správanie*. Dostupné 7.3.2015 na http://www.kvalitaznasichregionov.sk/data/files/229_prieskum_gfk.pdf >
- GfK Slovakia. (2013). *Podiel slovenských výrobkov v potravinách 2013*. Dostupné 8.3.2015 na <http://www.kvalitaznasichregionov.sk/v-nakupnych-kosikoch-je-viditelne-viac-slovenskych-vyrobkov/>
- Horáček, F. (2014). *Chaos za stovky milionů. Značek kvality je na českém trhu příliš*. Dostupné 6.3.2015 na http://ekonomika.idnes.cz/chaos-v-ceskych-znackach-kvality-do4-/ekonomika.aspx?c=A140120_133534_ekonomika_fih
- KLASA. (2015). *Celkem 19 produktů získalo nově značku kvality KLASA*. Dostupné 8.3.2015 na <http://www.eklasa.cz/tiskove-zpravy/clanek/:celkem-19-produktu-ziskalo-nove-znacku-kvality-klasa>
- KLASA. (2015). *KLASA – národní značka kvalitních potravin*. Dostupné 7.3.2015 na <http://www.eklasa.cz/>
- Knošková, Ľ. (2014). Ochranné označenie produktov a ich medzinárodná právna ochrana. *Studia commercialia Bratislavensia*, 7(26), 213-225.
- MPRV SR. (2014). *Stratégia budovania značky kvality SK*. Interný dokument Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR.
- Šilhár, S. (2013). *Značka kvality SK: vysvedčenie pre výrobcov, odporúčanie pre ich odberateľov, orientácia pre zákazníkov*. Dostupné 6.3.2015 na <http://www.mpsr.sk/sk/?navID=1&id=8013>
- Únia potravinárov Slovenska. (2010). *Prezentácia domácich potravinárskych výrobkov a upevňovanie znalostí spotrebiteľov o význame domácich potravinárskych výrobkov na medzinárodnom poľnohospodársko-potravinárskom veľtrhu Agrokomplex v Nitre*. Dostupné 26.2.2015 na <http://www.sppk.sk/?pl=69&article=861>
- Značka kvality Európskej únie a Slovenskej republiky. (2011). *Značka kvality Európskej únie a Slovenskej republiky*. Dostupné 5.3.2015 na <http://www.go-eco.sk/userfiles/file/5%20Znacky%20kvality%20EU%20a%20SR.pdf>

Značka kvality. (2015). *Zásady udelenia Značky kvality SK*. Dostupné 20.2.2015 na <http://www.znackakvality.sk/?pl=1>