

Irena Ozimek, Julita Szlachciuk
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Poziom ochrony konsumentów na rynku żywności w Polsce w opinii wybranej grupy młodych konsumentów

Streszczenie

Celem rozważań jest ocena poziomu ochrony konsumentów na rynku żywności w Polsce z punktu widzenia młodego konsumenta. Przeprowadzono badanie ilościowe, w wyniku którego stwierdzono, że młodzi konsumenci są przeświadczeni, że prawa konsumentów na rynku żywności nie są dostatecznie chronione. Bezpieczeństwo żywności jest ważnym priorytetem polityki ochrony konsumentów w Unii Europejskiej. Ten aspekt dostrzegli również młodzi konsumenci, uznając za najważniejsze prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa spośród praw przysługujących konsumentom na rynku żywności. Wyniki badań wskazują, że kluczowe powinno być prowadzenie dalszych działań edukacyjnych skierowanych do młodych konsumentów w celu poprawy ich wiedzy w zakresie praw przysługujących konsumentom na rynku żywności.

Słowa kluczowe: młodzi konsumenci, regulacje prawne, żywność, rynek żywności, ochrona konsumentów.

Kody JEL: D18

Wstęp

Aktualnie konsument ma bardzo szeroki wybór produktów żywnościowych dostępnych na rynku. Dlatego tak ważną kwestią jest istnienie regulacji prawnych, zarówno na poziomie Unii Europejskiej, jak i Polski, które mają na celu zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów na rynku żywności. Prawo gwarantuje konsumentom dostęp do żywności, która nie powinna stwarzać zagrożenia ani dla ich zdrowia, ani dla życia. Poza tym przysługuje im także prawo do uzyskiwania rzetelnych i niewprowadzających w błąd informacji na temat produktów żywnościowych oferowanych w sprzedaży. Istniejące prawo zapewnia także ochronę interesów ekonomicznych m.in. przez regulację zasad uwidaczniania cen towarów oferowanych w sprzedaży oraz system dochodzenia roszczeń. Każdy uczestnik rynku, kupując produkt żywnościowy, który jest niezgodny z deklaracjami producenta bądź sprzedawcy, ma prawo do złożenia reklamacji, a istniejące przepisy prawne narzucają określone metody postępowania w przypadku zaistnienia takiej sytuacji. Także jednym z elementów działalności statutowej organizacji i instytucji konsumenckich jest zapewnienie pomocy konsumentom w przypadku zaistnienia takiej sytuacji.

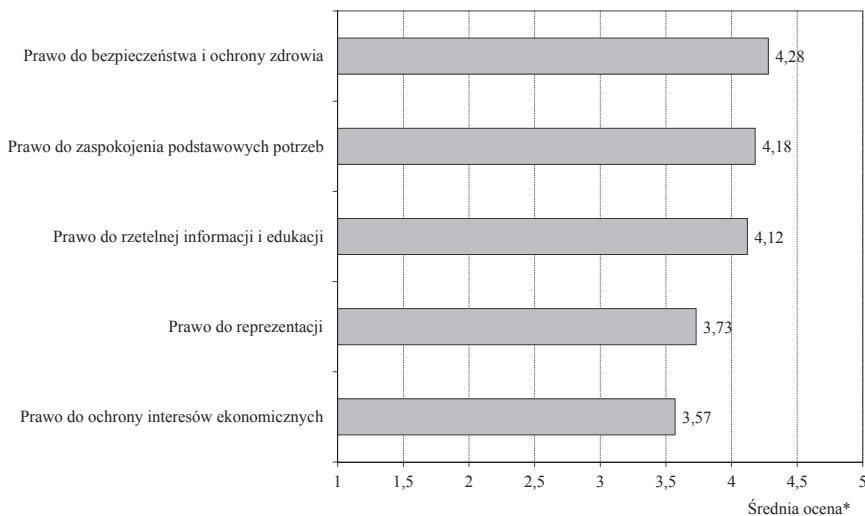
Ważność praw przysługujących konsumentom

W badaniu zrealizowanym wśród uczniów i studentów z województwa mazowieckiego¹ określono, jaką ważność respondenci przypisują poszczególnym prawom przysługującym konsumentom. W opinii respondentów trzy prawa ocenione w skali 5-stopniowej (ocena 1 – oznaczała „bardzo małe znaczenie”, a ocena 5 – „bardzo duże znaczenie”) uzyskały średnią ocenę powyżej 4 – prawo do bezpieczeństwa i ochrony zdrowia (średnia ocena 4,28), prawo do zaspokojenia podstawowych potrzeb (średnia ocena 4,18) oraz prawo rzetelnej do informacji i edukacji (średnia ocena 4,12). Także na ważność tych praw wskazuje wysoki udział ocen 4 i 5 z górnego przedziału skali. I tak, na prawo do bezpieczeństwa i ochrony zdrowia wskazywało 81,3% ankietowanych, na prawo do zaspokojenia podstawowych potrzeb – 78,5%, a na prawo do informacji i edukacji – 78,5%. Najmniejsze znaczenie dla respondentów miało prawo do ochrony interesów ekonomicznych (średnia ocena 3,57) (por. wykres 1).

Analiza wyników badania własnego wykazała istotne statystycznie różnice w postrzeganiu ważności poszczególnych praw z uwzględnieniem wybranych cech socjodemograficznych respondentów.

Wykres 1

Ocena ważności praw przysługujących konsumentom w opinii respondentów



* Ocena dokonana w skali 5-stopniowej, gdzie: ocena 1 – oznaczała „bardzo małe znaczenie”, a ocena 5 – „bardzo duże znaczenie”.

Źródło: badanie własne.

¹ Badanie ankietowe na temat *Znajomość praw przysługujących konsumentom na rynku żywności* zostało przeprowadzone w okresie wrzesień-grudzień 2011 r. na grupie 1121 uczniów i studentów z województwa mazowieckiego. Kwestionariusze ankiety rozdyskrebowano w liczbie 1700 sztuk. Uzyskano zwrotność na poziomie 76,8% (1305 sztuk). Do analizy zakwalifikowano 1121 kwestionariuszy ankiet (85,9%).

Najwięcej wskazań ocen 4 i 5 w skali 5-stopniowej uzyskało prawo do bezpieczeństwa i ochrony zdrowia wśród osób uczących się w szkole wyższej (85,7%) oraz wśród kobiet (85,2%). Cechy te istotnie statystycznie różnicowały opinie respondentów. Z kolei prawo do zaspokojenia podstawowych potrzeb było najważniejsze dla ankietowanych mieszkających w miastach liczących od 50 tys. do 500 tys. mieszkańców (83,7%), kobiet (83,5%), ankietowanych uczących się w szkole wyższej (82,3%) oraz dla osób, których rodzice/opiekunowie mieli wyższe wykształcenie (ojciec/opiekun – 81,4%; matka/opiekunka – 80,5%). Na opinie respondentów w tym przypadku istotny statystycznie wpływ miał rodzaj szkoły i płeć ankietowanych. Prawo do ochrony interesów ekonomicznych, które zostało ocenione przez ogół respondentów jako najmniej ważne; wyżej było oceniane przede wszystkim przez osoby deklarujące wykształcenie ojca/opiekuna na poziomie wyższym (58,2%) oraz ankietowanych uczących się w szkole wyższej (55,6%). W tym przypadku nie zaobserwowano istotnego statystycznie wpływu rodzaju szkoły i wykształcenia ojca/opiekuna na opinie ankietowanych. Prawo do rzetelnej informacji i edukacji było najważniejsze dla osób studiujących (83,5%), ankietowanych deklarujących wyższe wykształcenie ojca (80,6%) oraz kobiet (80,6%). Płeć, rodzaj szkoły, wykształcenie ojca/opiekuna oraz liczba dzieci poniżej 18. roku życia w gospodarstwie domowym różnicowała istotnie statystycznie opinie respondentów. Z kolei prawo do reprezentacji istotnie było ważniejsze dla osób, których ojciec/opiekun miał wyższe wykształcenie (66,1%), uczniów szkół wyższych (65,8%) oraz kobiet (63,4%). Zróżnicowanie istotne statystycznie odnotowano w przypadku płci, rodzaju szkoły i liczby dzieci poniżej 18. roku życia w gospodarstwie domowym. Uwzględniając wiek respondentów stwierdzono, że częściej ankietowani w wieku 19-24 lat każdemu z praw przyznawali większe znaczenie (por. tabela 1).

Tabela 1

Ocena ważności poszczególnych praw z uwzględnieniem wieku respondentów*

Wyszczególnienie	Ogółem		Wiek			
			16-18 lat		19-24 lata	
	średnia ocena	udział ocen 4 i 5(%)	średnia ocena	udział ocen 4 i 5(%)	średnia ocena	udział ocen 4 i 5(%)
Prawo do bezpieczeństwa i ochrony zdrowia**	4,28	81,3	4,14	75,2	4,36	84,7
Prawo do zaspokojenia podstawowych potrzeb (w tym żywnościowych)**	3,57	78,5	4,05	73,3	4,26	81,4
Prawo do rzetelnej informacji i edukacji**	4,12	77,2	3,92	67,8	4,24	82,5
Prawo do reprezentacji konsumentów przez instytucje i organizacje konsumenckie**	3,73	60,4	3,54	51,4	3,84	65,5
Prawo do ochrony interesów ekonomicznych**	4,18	52,6	3,46	45,5	3,63	56,5

* Ocena dokonana w skali 5-stopniowej, gdzie: ocena 1 – oznaczała „bardzo małe znaczenie”, a ocena 5 – „bardzo duże znaczenie”.

** Różnice istotne statystycznie przy $p \leq 0,01$ (test U Manna-Whitneya).

Źródło: badanie własne.

Wiek respondentów różnicował istotnie statystycznie opinie respondentów na temat przysługujących im praw.

Poziom ochrony konsumentów na rynku żywności w Polsce w opinii respondentów

Zgodnie z rozporządzeniem (WE) Nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 roku ustanawiającym ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołującym Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiającym procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności, osiągnięcie wysokiego poziomu ochrony zdrowia i życia, a także ochrona interesów konsumentów z uwzględnieniem uczciwości praktyk handlowych jest jednym z celów prawa żywnościowego.

W ustawie z dnia 25 sierpnia 2006 roku o bezpieczeństwie żywności i żywienia² nadzór nad przestrzeganiem przepisów prawa żywnościowego sprawuje minister właściwy ds. zdrowia w porozumieniu z ministrem właściwym ds. rolnictwa, a także ministrem właściwym ds. rynków rolnych. W odniesieniu do produktów pochodzenia zwierzęcego nadzór pełni minister właściwy ds. rolnictwa wraz z ministrem właściwym ds. rynków rolnych w porozumieniu z ministrem właściwym ds. zdrowia. Zgodnie z zapisem zawartym w art. 94 ust. 1 przywołanej ustawy, plan urzędowych kontroli żywności i pasz koordynują minister właściwy do spraw zdrowia, działając we współpracy z ministrem właściwym do spraw rolnictwa, ministrem właściwym do spraw rynków rolnych oraz Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). Ponadto, zgodnie z kompetencjami przyznanymi Prezesowi UOKiK w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, podejmuje on działania m.in. w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów czy też działania mające na celu wyeliminowanie z obrotu niedozwolonych postanowień umownych.

W badaniu własnym zaobserwowano, że respondenci mieli trudność z wyrażeniem opinii na temat poziomu ochrony konsumentów na rynku żywności w Polsce. Prawie połowa respondentów stwierdziła, że trudno jest im wskazać jednoznaczną odpowiedź na to pytanie. Niespełna 1/3 respondentów zgodziła się ze stwierdzeniem, że konsumenci są lepiej chronieni w innych krajach Unii Europejskiej niż w Polsce (por. tabela 2).

Najmniej ankietowanych przyznało, że to właśnie w naszym kraju konsumenci nie muszą się obawiać o swoje prawa na tym rynku. Opinii, że konsument jest lepiej chroniony w innych krajach Unii Europejskiej, częściej udzielali respondenci mieszkający poza domem w czasie roku szkolnego/akademickiego (36,8%), mężczyźni (35,6%), osoby w wieku 16-18 lat (33,5%) oraz ankietowani deklarujący wykształcenie ojca/opiekuna na poziomie wyższym (33,9%). Z kolei ankietowani, których matka/opiekunka miała wykształcenie średnie (25,4%), respondenci mieszkający w czasie roku akademickiego/szkolnego poza domem (24,8%), uczniowie technikum (24,6%), osoby w wieku 19-24 lat (23,8%) częściej deklarowali, że konsumenci są tak samo chronieni w Unii Europejskiej.

² Tekst jedn.: Dz.U. z 2010 r. Nr 136, poz. 914 z późn. zm.

Tabela 2

Opinie respondentów dotyczące poziomu ochrony konsumentów na rynku żywności z uwzględnieniem wybranych cech socjodemograficznych badanych (w %)

Cechy socjodemograficzne		Konsument jest:			
		lepiej chroniony w innych krajach UE	tak samo chroniony w całej UE	lepiej chroniony w Polsce niż w innych krajach UE	trudno powiedzieć
Ogółem		31,8	21,2	2,4	44,6
Wiek**	16-18 lat	33,5	16,6	5,0	44,8
	19-24 lata	30,8	23,8	0,9	44,5
Płeć**	kobiety	29,4	20,5	1,0	49,1
	mężczyźni	35,6	22,4	4,5	37,5
Rodzaj szkoły**	szkoła wyższa	31,5	23,3	0,5	44,6
	liceum	33,7	16,1	4,2	45,9
	technikum	28,8	24,6	4,2	42,4
Miejsce zamieszkania*	w domu rodzinnym	30,4	20,3	2,5	46,8
	poza domem rodzinnym	36,8	24,8	1,7	36,8
Wykształcenie matki/opiekunki	podstawowe lub zawodowe	29,0	18,2	1,9	51,0
	średnie	31,9	25,4	2,1	40,7
	wyższe	33,5	20,6	3,2	42,6
Wykształcenie ojca/opiekuna	podstawowe lub zawodowe	29,3	21,0	1,7	48,0
	średnie	33,2	23,4	1,8	41,6
	wyższe	33,9	20,1	4,4	41,6

* Różnice istotne statystycznie przy $p \leq 0,05$ (test Chi²).

** Różnice istotne statystycznie przy $p \leq 0,01$ (test Chi²).

Źródło: jak w tabeli 1.

Na stwierdzenie, że „konsument jest lepiej chroniony w Polsce niż w innych krajach Unii Europejskiej” najczęściej wskazywały osoby w wieku 19-24 lat (5,0%), mężczyźni (4,5%) oraz ankietowani, których ojciec opiekun miał wyższe wykształcenie (4,4%). Pogłębiona analiza statystyczna wykazała istotny statystycznie wpływ takich czynników, jak: płeć, rodzaj szkoły oraz miejsce zamieszkania na opinie badanych w tym zakresie.

Analiza odpowiedzi respondentów na pytanie dotyczące oceny poziomu ochrony konsumentów na rynku żywności w Polsce wykazała, że większość ankietowanych (61,3%) uważała, iż poziom ten nie jest ani niski, ani wysoki, co potwierdza średnia ocena wynosząca 3,09 (por. tabela 3). Niespełna 1/4 ankietowanych oceniła go jako wysoki i bardzo wysoki. Osoby mieszkające w gospodarstwach domowych, w których liczba dzieci poniżej 18. roku życia wynosiła troje i więcej, najczęściej stwierdzały, że poziom ochrony konsumentów na

rynku żywności w Polsce jest wysoki lub bardzo wysoki (34,0%). Liczba dzieci poniżej 18. roku życia w gospodarstwie domowym istotnie statystycznie różnicowała opinie ankietowanych w tym zakresie. Osoby uczące się w technikum (31,7%), mężczyźni (27,5%) oraz osoby w wieku 16-18 lat (26,8%) także częściej przyznawały, że poziom ochrony konsumentów na rynku żywności w Polsce jest wysoki lub bardzo wysoki. Nie zaobserwowano jednak istotnego statystycznie wpływu tych czynników na opinie respondentów. Pogłębiona analiza statystyczna nie wykazała żadnych istotnych różnic między pozostałymi zmiennymi socjodemograficznymi.

Odpowiedzi respondentów pokazują, że mimo iż Polska należy do Unii Europejskiej od 2004 r. i zasady dotyczące ochrony konsumenta na rynku żywności są systematycznie ujednolicane na całym terytorium unijnym, respondenci nie są przeświadczeni, że mają zapewnioną dostateczną ochronę na rynku żywności w Polsce, mimo jej członkostwa w UE.

Tabela 3

Opinia respondentów na temat poziomu ochrony konsumentów na rynku żywności w Polsce

Wyszczególnienie		Poziom ochrony	
		wartość średnia*	udział ocen 4 i 5 (%)
Ogółem		3,09	24,5
Płeć	kobiety	3,09	22,6
	mężczyźni	3,10	27,5
Wiek	16-18 lat	3,09	26,8
	19-24 lata	3,09	23,2
Rodzaj szkoły	szkoła wyższa	3,07	19,9
	liceum	3,09	27,8
	technikum	3,16	31,7
Liczba dzieci poniżej 18 roku życia**	brak	3,03	21,2
	jedno	3,07	23,1
	dwoje	3,19	29,6
	troje i więcej	3,25	34,0

* Ocena dokonana na skali 5-stopniowej, gdzie ocena 1 – oznaczała „bardzo niski”, a ocena 5 – oznaczała „bardzo wysoki”.

** Różnice statystycznie istotne przy $p \leq 0,01$ (ANOVA Kruskala-Wallis).

Źródło: jak w tabeli 1.

Z badania przeprowadzonego przez Eurobarometr w 2005 r. wynika, że prawie połowa ankietowanych Polaków (49%) uważała, że zasady prawa żywnościowego są odpowiednio egzekwowane. Niewiele ponad 60% respondentów (63%) uważało, że istnieją odpowiednie przepisy prawne w Unii Europejskiej, które gwarantują bezpieczeństwo żywności. Zaufanie polskich konsumentów co do istniejących regulacji prawnych w tym zakresie potwierdziło

również badanie Eurobarometru z 2010 r. Wówczas 62% badanych przyznało, że zasady prawa żywnościowego są odpowiednio egzekwowane (*Food-related...* 2010).

Badanie Eurobarometru (*Consumer attitudes...* 2013) przeprowadzone w 2012 r. wykazało istotne różnice w odczuwaniu sytuacji związanej z ochroną konsumentów w poszczególnych krajach. Oceniono to za pomocą „wskaźnika sytuacji konsumentów”, który składał się z 12 wskaźników odzwierciedlających pięć głównych aspektów środowiska konsumenckiego. Pomiędzy krajami UE największe rozbieżności zaobserwowano w przypadku odsetka konsumentów zadowolonych z istniejącego poziomu ochrony konsumentów. Zaobserwowano także istotne różnice w zaufaniu do ochrony konsumentów ze względu na wiek respondentów. Największy poziom zaufania zaobserwowano wśród młodych osób w wieku 15-24 lat (71%), najniższy zaś u najstarszych osób powyżej 55. roku życia (58%).

Przepisy prawa krajowego w zakresie prawa żywnościowego mogą w poszczególnych krajach członkowskich zapewniać wyższy poziom ochrony, jednak generalnie poziom ochrony konsumentów zapewniony przez unijne przepisy w krajach członkowskich, jest jednym z najwyższych na świecie (*Wzmocnienie...* 2014).

Przykładem w tym zakresie może być implementacja dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 marca 2000 roku w sprawie zbliżenia ustawodawstwa państw członkowskich w zakresie etykietowania, prezentacji i reklamy środków spożywczych. Z przepisów zawartych w dyrektywie nie wynikało, iż przekroczenie daty minimalnej trwałości oznacza, że tak oznakowany środek spożywczy jest niebezpieczny i nie może znajdować się w obrocie. Z kolei polski ustawodawca implementując przepisy dyrektywy w ustawie o bezpieczeństwie żywności i żywienia w art. 52 oraz art. 100 ust. 1 pkt 1. zawarł zapisy, które mówią, że środki spożywcze oznakowane terminem przydatności do spożycia lub datą minimalnej trwałości nie mogą znajdować się w obrocie po przekroczeniu tej daty. Takie podejście pokazuje, że regulacja zawarta w polskich przepisach jest bardziej rygorystyczna. Wejście w życie rozporządzenia (UE) Nr 1169/2011 może spowodować, że przepisy krajowe dotyczące znakowania produktów żywnościowych, w tym znakowanie żywności terminem przydatności do spożycia lub datą minimalnej trwałości, zostaną uchylone. Jednak, jak zauważa Wojciechowski (2013, s. 92-93), przepisy krajowe mogą zostać utrzymane, w związku z tym regulacje krajowe będą bardziej rygorystyczne niż przepisy unijne.

Źródła informacji na temat praw konsumentów na rynku żywności w opinii respondentów

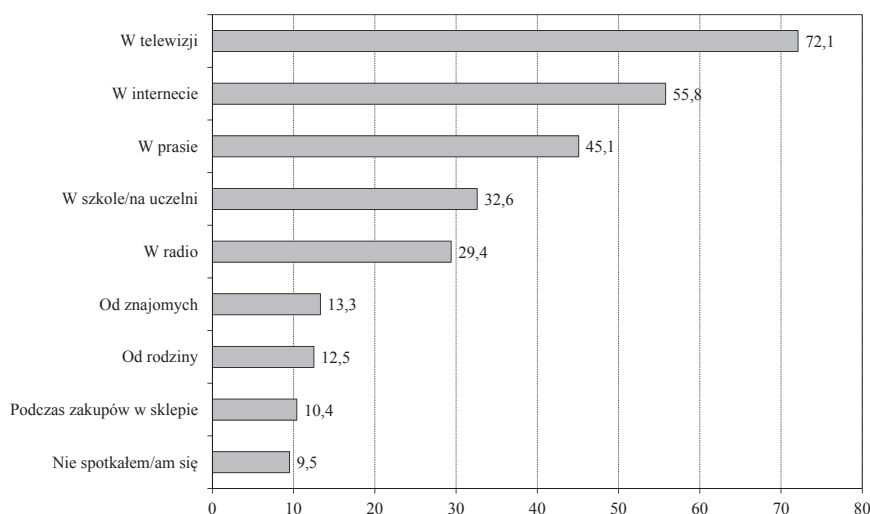
Zapewnienie konsumentom dostępu do swoich praw i skutecznego sposobu ich egzekwowania jest jedną z kluczowych wartości Unii Europejskiej, co znajduje odzwierciedlenie w unijnych przepisach prawnych. Kiedy w Unii Europejskiej w 1975 r. uruchomiono pierwszy program polityki konsumenckiej nikt nie mógł przewidzieć, że w późniejszych latach nastąpi ogromny wzrost prawodawstwa dotyczącego konsumentów (Reich 2011, s. 55-94). Jednak jak wynika z badania przeprowadzonego przez UOKiK wśród Polaków

powyżej 18. roku życia 3/4 respondentów przyznało, że konsumenci nie znają swoich praw (*Znajomość... 2009*).

W badaniu własnym, na pytanie dotyczące tego, gdzie respondenci spotkali się z informacjami poruszającymi tematykę praw konsumentów na rynku żywności, prawie 3/4 z nich wskazało, iż dowiedzieli się o nich z telewizji (por. wykres 2).

Wykres 2

Sytuacje, w których ankietowani zetknęli się z informacjami poruszającymi tematykę praw konsumentów na rynku żywności (% wskazań)*



* Wartości nie sumują się do 100%, ponieważ można było udzielić więcej niż jedną odpowiedź.
Źródło: jak w wykresie 1.

Kolejnym istotnym źródłem informacji był dla respondentów Internet (55,8%). Najbardziej deklarowali, że uzyskali takie informacje od znajomych (13,3%), rodziny (12,5%) oraz że dowiedzieli się o nich podczas zakupów żywności (10,4%). Tylko 9,5% wskazało, że w ogóle się nie spotkało z informacją na temat praw konsumentów na rynku żywności.

Na telewizję, jako najważniejsze źródło informacji na temat praw przysługujących konsumentom na rynku żywności, najczęściej wskazywali respondenci mieszkający w miastach liczących do 50 tys. mieszkańców (74,3%), ankietowani mieszkający w gospodarstwach domowych, w których nie było dzieci poniżej 18. roku życia (74,1%), respondenci deklarujący podstawowe lub zawodowe wykształcenie rodziców opiekunów (ojciec/opiekun – 74,0%; matka/opiekunka – 73,9%) oraz osoby w wieku 19-24 lat (73,9%). Internet był źródłem informacji przede wszystkim dla respondentów mieszkających poza domem rodzinnym

w czasie roku akademickiego/szkolnego (60,8%), ankietowanych żyjących w gospodarstwach domowych mających na utrzymaniu troje lub więcej dzieci poniżej 18. roku życia (60,6%) oraz dla osób mieszkających w mieście liczącym od 50 tys. do 500 tys. mieszkańców (60,2%). Najczęściej pozyskiwanie informacji na temat praw konsumentów z prasy deklarowali uczestnicy, których ojciec/opiekun miał wyższe wykształcenie (52,2%), badani mieszkający poza gospodarstwem domowym w trakcie roku akademickiego/szkolnego (50,8%) oraz mieszkańcy Warszawy (47,8%). Szkoła/uczelnia jako ważne źródło informacji było najczęściej wskazywane przez osoby mieszkające poza domem rodzinnym w trakcie trwania roku akademickiego/szkolnego (40,4%), respondentów mieszkających w miastach liczących od 50 tys. do 500 tys. mieszkańców (38,6%) oraz ankietowanych mieszkających w gospodarstwach domowych, w których nie było dzieci poniżej 18. roku życia (38,2%). Z radia informacje najczęściej czerpały osoby mieszkające na wsi (35,2%) oraz ci respondenci, którzy zamieszkiwali gospodarstwa domowe, w których było dwoje dzieci poniżej 18. roku życia (33,9%). Znajomi jako źródło informacji byli najważniejszym źródłem dla osób mieszkających w miastach liczących od 50 tys. do 500 tys. mieszkańców (17,0%) oraz dla respondentów, w których gospodarstwie domowym było dwoje dzieci poniżej 18. roku życia (16,1%). Z kolei rodzina była najważniejszym źródłem informacji przede wszystkim dla uczestników badania, których rodzice/opiekunowie mieli wyższe wykształcenie (ojciec/opiekun – 19,4%; matka/opiekunka – 17,8%). Podczas zakupów żywności najczęściej z informacjami na temat praw konsumentów na rynku żywności spotykały się osoby mieszkające w najliczniejszych gospodarstwach domowych (13,5%) i badani mający 16-18 lat (13,1%). W ogóle z takimi informacjami nie spotkały się osoby z najmłodszej grupy (11,9%) oraz mężczyźni (11,7%).

Biorąc pod uwagę rodzaj szkoły, do której uczęszczali respondenci, stwierdzono, że osoby studiujące (39,3%) częściej wskazywały na uczelnię jako miejsce, w którym uzyskali informację na temat praw konsumentów na rynku żywności niż respondenci uczący się w technikum lub liceum, gdzie procent wskazań w przypadku tego źródła wynosił odpowiednio 26,4% i 25,5%. Osoby studiujące rzadziej niż respondenci uczący się w liceum (11,6%) lub w technikum (11,4%) stwierdzały, że w ogóle nie spotkały się z takimi informacjami (7,5%).

Uwzględniając w analizie status studenta, zgodnie z przewidywaniami zaobserwowano, że ankietowani studiujący na kierunkach związanych z żywieniem (47,5%) częściej niż osoby studiujące pozostałe kierunki (33,0%) deklarowali, że z informacjami na temat praw konsumentów na rynku żywności spotkali się na uczelni. W przypadku pozostałych źródeł informacji nie zaobserwowano znaczących różnic we wskazaniach respondentów z uwagi na kierunek studiów. Jak pokazują wyniki badań, telewizja i Internet były według badanych najlepszym źródłem informacji na temat praw konsumentów. Kampanie edukacyjne na temat praw konsumentów prowadzone z wykorzystaniem tych mediów z pewnością miałyby największą skuteczność.

Należy podkreślić, że ważnym krokiem w zapewnieniu konsumentom dostępu do rzetelnej informacji na temat produktów żywnościowych było uchwalenie rozporządzenia

(UE)Nr 1169/2011 w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności³. Rozporządzenie to ma zapewnić podstawę do wysokiego poziomu ochrony konsumentów w zakresie informacji na temat żywności. Przepisy rozporządzenia ustalają zakres informacji, które z jednej strony muszą być przekazane konsumentowi, z drugiej zaś zawierają wymagania odnośnie do rzetelności przekazywanych informacji.

Podsumowanie

Reasumując, należy podkreślić, mimo członkostwa Polski w Unii Europejskiej od 2004 r. i wynikającego z tego faktu uwzględniania w naszym kraju unijnych przepisów w zakresie prawa żywnościowego i konsumenckiego, nadal 1/3 młodych konsumentów ma poczucie, że ochrona konsumentów na rynku żywności w naszym kraju nie jest wystarczająca. Bezpieczeństwo żywności jest ważnym priorytetem polityki ochrony konsumentów w Unii Europejskiej. Ten aspekt dostrzegli również młodzi konsumenci, uznając za najważniejsze prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa spośród praw przysługujących konsumentom na rynku żywności. Wyniki badań własnych wskazują, że kluczowym działaniem powinno być prowadzenie dalszych działań edukacyjnych skierowanych do młodych konsumentów w celu poprawy ich wiedzy w zakresie praw przysługujących konsumentom na rynku żywności oraz w egzekwowaniu przez nich tych praw.

Bibliografia

- Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Flash Eurobarometer 358* (2013), European Commission, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/flash_arch_360_345_en.htm [dostęp: 10.11.2013].
- Food-related risks. Special Eurobarometer 354 Summary* (2010), European Commission, Belgium [dostęp: 19.06.2012].
- Reich N. (2011), *Harmonisation of European contract law: with special emphasis on consumer law*, "China-EU Law Journal", No. 1(1-2).
- Wojciechowski P. (2013), *Skutki prawne przekroczenia daty minimalnej trwałości i terminu przydatności do spożycia*, „Bezpieczeństwo i Higiena Żywności”, nr 3.
- Wzmocnienie ochrony konsumentów – projekt UE – 24/05/2012* (2014), Komisja Europejska, http://ec.europa.eu/news/environment/120524_pl.htm [dostęp: 10.03.2014].
- Znajomość praw konsumenckich oraz analiza barier utrudniających konsumentom uczestnictwo w rynku – raport z badań* (2009), UOKiK, Warszawa.

³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) Nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 roku w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) Nr 1924/2006 i (WE) Nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) Nr 608/2004.

Level of Consumer Protection in the Market for Food in Poland in the Opinion of the Selected Group of Young Consumers

Summary

An aim of considerations is to assess the level of consumer protection in the market for food in Poland from the young consumer's point of view. There was carried out a quantitative research in result of which there was stated that young consumers were convinced that the consumers' rights in the market for food were not sufficiently protected. Food security is an important priority of the consumer protection policy in the European Union. This aspect was also noticed by young consumers considering as the most important the right to protect health and safety among the rights consumers are entitled to in the market for food. The research findings indicate that the key should be carrying out further educational activities addressed to young consumers in order to improve their knowledge in the area of the rights consumers are entitled to in the market for food.

Key words: young consumers, legal regulations, food, market for food, consumer protection.

JEL codes: D18

Уровень защиты потребителей на рынке продуктов питания в Польше по мнению избранной группы молодых потребителей

Резюме

Цель рассуждений – дать оценку уровня защиты потребителей на рынке продуктов питания в Польше с точки зрения молодого потребителя. Провели количественное изучение, в результате которого выявили, что молодые потребители убеждены, что права потребителей на рынке продуктов питания недостаточно защищены. Безопасность пищи – важный приоритет политики защиты потребителей в Европейском Союзе. На этот аспект указали также молодые потребители, считая в качестве самого важного право на охрану здоровья и безопасности среди прав, которыми наделены потребители на рынке продуктов питания. Результаты изучения показывают, что основным должно быть проведение дальнейших действий по обучению, направленных молодым потребителям, для повышения их знаний в области прав, служащих потребителям на рынке продуктов питания.

Ключевые слова: молодые потребители, законодательные акты, продукты питания, рынок продуктов питания, защита потребителей.

Коды JEL: D18

Artykuł nadesłany do redakcji w październiku 2014 r.

© All rights reserved

Afiliacja:

dr hab. Irena Ozimek, prof. SGGW
Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji
Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
Zakład Badań Konsumpcji
ul. Nowoursynowska 159c
02-776 Warszawa
tel.: 22 593 71 32
e-mail: irena_ozimek@sggw.pl