Neľahkú situáciu na našom trhu v predaji slovenských potravín a výrobkov sa Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR podujalo vyriešiť celým radom opatrení, ktorých cieľom je zvýšenie konkurencie schopnosti a sebestačnosti slovenských potravín a poľnohospodárskych produktov určených pre priamu spotrebu. Značka kvality SK „budúcnosť slovenských potravín“ vznikla v roku 2004, jej hlavným a dôležitým cieľom je, že pomáha propagovať na našom trhu tradičné, domáce a kvalitné výrobky a potraviny, a tým tak spotrebiteľa ľahšie usmerniť pri jeho rozhodnutí. Pre jednoduchú orientáciu bolo vytvorené logo, ktorého podoba je v národných farbách (biela, modrá, červená). Má spotrebiteľa upriamiť na skutočnosť, že ide o domáce a kvalitné potraviny a výrobky vyrobené v Slovenskej republike. Značku kvality SK môže získať slovenský výrobca, pokiaľ sú jeho výrobky vyrábané z domácich surovín. To znamená, že z celkovej spotreby surovín najmenej 75 % musí byť domácich a všetky fázy výroby sa musia uskutočňovať na území SR. Výrobkom na základe odborného posúdenia s nadštandardnými kvalitatívnymi parametrami udeľuje komisia logo Značky kvality SK GOLD, ktorým sa charakterizuje ich vysoká kvalita. Kvalitu a bezpečnosť potravín so Značkou kvality SK pravidelne kontrolujú Štátna veterinárna a potravinová správa Slovenskej republiky, ako zodpovedný orgán úradnej kontroly. Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR vydalo právny predpis, ktorým zaviedlo označenia s cieľom podporiť konkurencieschopnosť a predaj potravín a výrobkov vyrobených u nás, a tým aj oboznámiť spotrebiteľov s regionálnymi špecialitami z regiónov Slovenska. Označenie „Slovenský poľnohospodársky produkt“ upravuje predpis MPaRV SR. Takéto označenie môže byť len za predpokladu, že tento produkt bol zberaný alebo vypestovaný na Slovensku alebo cielene získaný od zvierat znáškou, zo zabitých zvierat alebo z voľne žijúcich zvierat lovom prípadne z farmového chovu zveri. Ak je z domácich surovín potravina vyrábaná a jej fázy výrobného procesu sa uskutočňujú v SR, je možné ju označiť pojmom „Slovenská potravina“. Ak potraviny spĺňajú iba podmienku, že fázy výrobného procesu prebiehajú v SR, suroviny nepochádzajú zo Slovenska, môže sa použiť pre takéto výrobky označenie „Vyrobené na Slovensku“. Súčasťou predpisu je aj príloha s vymedzenými názvami jednotlivých regiónov, aby sa v rámci určovania predišlo zbytočným nepresnostiam a zavádzajúcim informáciám. Právny predpis nerieši iba slovenský pôvod potravín a poľnohospodárskych výrobkov, ale preniká aj hlbšie až na úroveň regiónov. Pre tento prípad je vyčlenené označenie „Regionálny poľnohospodársky produkt z ...“ pritom súčasťou označenia musí byť aj názov toho regiónu, v ktorom bol produkt vypestovaný alebo zbieraný. Ešte je potrebné spomenúť, že používanie tradičného výrobného procesu, tradičnej suroviny alebo tradičného zloženia podľa predpisu, musí byť na trhu v SR preukázané v období trvajúceho aspoň 30 rokov. Označenia „Farmársky poľnohospodársky produkt“ a „Farmárska potravina“ sú pomenovania poľnohospodárskych produktov vypestovaných na farme alebo zo zvierat chovaných vo farme. Hlavným cieľom označenia spájajúceho poľnohospodárske potraviny a produkty s jednotlivými regiónmi a farmami je pripomenúť a uchovávať starostlivo tradície našich praotcov, vyzdvihnúť ich hodnoty a tým zabezpečiť pretrvávanie pre nasledujúce pokolenia. Ďalšou novinkou z oblasti propagovania slovenských výrobkov a potravín je používanie loga „Slovenská potravina“ na vybrané jednozložkové poľnohospodárske produkty a potraviny so sto % podielom suroviny zo Slovenska. Používanie loga sa vzťahuje na tieto suroviny bravčové a hovädzie mäso, mäso z oviec, mäso z kôz, med, ovocie, ryby, vajcia, hydina, zelenina a zemiaky. V súčasnom modernom svete kvalita potravín a výrobkov pochádzajúcich zo slovenskej domácej produkcie nadobúda nové rozmery. Neustále narastá počet spotrebiteľov, ktorí pripisujú neustále význam kvalite. S potenciálom, ktorý má Slovenská republika v kvalite poľnohospodárskej produkcie a potravín, na zahraničných trhoch má aj šancu uspieť, čo určite prispeje k prezentovaniu Slovenska, našej kultúry a bohatých tradícií. Všetky susedné krajiny – Česká republika, Rakúsko, Maďarsko aj Poľsko - majú vypracované nástroje a schémy na podporu a propagáciu predaja svojich potravín. Maďarsko má označenie „Kvalitná potravina z Maďarska “. Agrárne marketingové centrum, ktoré spravuje Maďarskú značku kvality, je financované zo štátneho rozpočtu. Časť príjmov tvoria aj projekty s podnikateľskou sférou. Česká značka potravín „KLASA“ označuje výrobky vyrobené v Česku, ale suroviny môžu pochádzať aj zo zahraničia. Túto národnú značku udeľuje minister poľnohospodárstva a výrobca tak získa oprávnenie používať ju na obaloch daného výrobku. Kontrolu podmienok pre udeľovanie národnej značky kontroluje Štátna poľnohospodárska a potravinárska inšpekcia a Štátna veterinárna správa. Predaj rakúskych potravín na domácom ako aj zahraničnom trhu úspešne podporuje agentúra AMA (Agrar markt marketing Austria). AMA udeľuje 5 vlastných značiek, ktoré garantujú zákazníkom vysokú kvalitu. Na propagácii rakúskych potravín sa finančne podieľajú sami výrobcovia. Podľa zákona odvádzajú povinné príspevky podľa množstva produkcie. Zásluhou tejto značky sa v Rakúsku podarilo zachovať tradičné regionálne rakúske produkty, ktoré by inak prevalcovala masová výroba. Domáce potraviny aj vďaka AMA majú v rakúskych obchodoch 85 percent zastúpenie. Poľskú značku „POZNAJ DOBRA ZYWNOSC“ udeľuje poľské ministerstvo poľnohospodárstva od roku 2004 na odporúčanie nezávislej vedeckej komisie. Jej členmi sú špecialisti na spracovanie potravín, zdravotníctvo, pestovateľstvo, chovateľstvo, výživu, právo a ekonómiu. Pri financovaní marketingových aktivít prispievajú výrobcovia potravín. Finančné prostriedky inkasuje platobná agentúra a na správe fondov sa podieľajú samotné sektory. Spotrebiteľom by mala uvádzaná značka pomôcť pri orientácii pri nákupe kvalitných poľských potravín. Potravinárska komora Slovenska aj v roku 2019 uskutočnila prieskum vystavenia slovenských výrobkov v obchode. Prieskum sa uskutočňuje už od roku 2011, pričom kvôli relevantnosti dát používa tú istú metodológiu. Aj v roku 2019 sa prieskum uskutočňoval zberom dát prostredníctvom ankety v 360 predajniach potravinových reťazcov v SR. Terénny zber údajov v mesiaci marec a apríl 2019 prebiehal v rovnakých predajniach ako v predchádzajúcom roku 2018. Podľa výsledkov prieskumu dosiahol podiel vystavenia slovenských výrobkov **v roku 2019 úroveň 38,6 %,** čo bol medziročný mierny nárast o 0,9 percentuálneho bodu v porovnaní s rokom 2018. Dlhodobé údaje od roku 2011 ukazujú, že podiel vystavenia slovenských potravín do roku 2017 klesal, až v roku 2018 sa tento pokles zvýšil. Na to, aby rástol ešte výraznejším tempom, je potrebné zo strany vlády a Ministerstva nevyhnutné proaktívne opatrenia na rozvoj potravinárskeho priemyslu, najmä finančných nástrojov určených na obnovu technológií a inovácií v potravinárskom priemysle.