

2021

Autorský kolektív RÚZ

**Komparatívna analýza
problematiky ochrany
spotrebiteľa v krajinách
EÚ a v SR**



Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

NÁRODNÝ PROJEKT

Podpora kvality sociálneho dialógu

Typ projektu: Neinvestičný

Termín realizácie projektu: 07/2018 – 05/2023

ITMS projektu: 312031V749

Autorský kolektív

Autorské dielo bolo vypracované v rámci hlavnej aktivity „Posilnenie odborných a analytických kapacít sociálnych partnerov, budovanie infraštruktúry a komunikačnej platformy sociálneho dialógu a rozvoja sociálneho partnerstva na národnej a medzinárodnej úrovni“ v rámci podaktivity 1.1 Posilnenie kapacít sociálnych partnerov prostredníctvom analytickej činnosti Národného projektu Podpora kvality sociálneho dialógu expertným tímom sociálneho partnera *Republiková únia zamestnávateľov*. Vyjadruje názory a postoje sociálneho partnera na predmetnú tému. Autorské dielo nevyjadruje názory ani postoje prijímateľa projektu a bolo schválené Riadiacim výborom Národného projektu Podpora kvality sociálneho dialógu.

OBSAH

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A ZOZNAM TABULIEK	8
ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK	10
ZOZNAM PRÍLOH	13
ÚVOD	14
MANAŽÉRSKE ZHRNUTIE	18
1. OCHRANA SPOTREBITEĽA – DEFINÍCIE POJMOV A PROBLEMATIKY	25
2. OCHRANA SPOTREBITEĽA V EURÓPSKEJ ÚNII	37
2.1. Vývoj oblasti ochrany spotrebiteľa v EÚ	37
2.2. Kľúčové oblasti politiky EÚ týkajúce sa ochrany spotrebiteľa	38
2.3. Smernica o právach spotrebiteľov	46
2.4. Nový program pre spotrebiteľov	51
3. OCHRANA SPOTREBITEĽA V SLOVENSKEJ REPUBLIKE	57
3.1. Legislatívne prostredie ochrany spotrebiteľa	57
3.1.1. Zákon o ochrane spotrebiteľa	57

3.1.2. Zákon o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho	68
3.1.3. Zákon o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov.....	71
3.1.4. Zákon o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu	74
3.1.5. Zákon o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu.....	75
3.1.6. Zákon o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa.....	78
3.1.7. Zákon o reklame	79
3.1.8. Zákon o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku.....	81
3.2. Inštitucionálne pokrytie ochrany spotrebiteľa.....	82
3.2.1. Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky (MH SR)	82
3.2.2. Ústredné orgány štátnej správy realizujúce spotrebiteľskú politiku .	84
3.2.3. Organizácie vstupujúce do ochrany spotrebiteľa	89
3.2.4. Alternatívne riešenie spotrebiteľských sporov	93
3.3. Spotrebiteľské združenia pôsobiace v oblasti ochrany spotrebiteľa na Slovensku.....	94
4. NOVÉ TECHNOLOGIE A OCHRANA SPOTREBITEĽA.....	105
4.1. Digitalizácia a dopady na vzťah medzi predajcami a spotrebiteľmi.....	106

4.2. Digitalizácia a potenciál odstraňovania zastaralej regulácie ochrany spotrebiteľa	111
4.3. Iniciatívy Európskej únie v posilňovaní legislatívy v oblasti digitálnych služieb	114
4.3.1. Akt o digitálnych službách	115
4.3.2. Akt o digitálnych trhoch	117
4.4. Potenciálne negatívne dopady tohto prístupu k regulovaniu digitálnych služieb a návrhy na zlepšenie	118
5. PRÍKLADY DOBORVOĽNEJ REGULÁCIE OCHRANY SPOTREBITEĽA TRHOM	124
5.1. Alternatívne tlaky na ochranu spotrebiteľa zo strany poskytovateľov digitálnych služieb	125
5.1.1. Možnosť okamžitej spätnej väzby a znižovanie informačnej asymetrie	126
5.1.2. Reputácia spoločností a konkurenčný tlak.....	127
5.1.3. Digitálna zdatnosť a citlivosť prvotných užívateľov týchto služieb ..	128
5.2. Príklady úspešného aplikovania dobrovoľného zavádzania štandardov ochrany zo strany poskytovateľov služieb	130
5.2.1. Samoregulácia cez členstvo v sektorových združeniach.....	131
5.2.2. Digitálna a zdieľaná ekonomika	133
5.3. Výsledky a vyhodnotenie aplikovania – potreba prispôsobenia tradičných legislatívnych pravidiel	136

6. POSÚDENIE VÝŠKY REGULÁCIÍ V OBLASTI OCHRANY SPOTREBITEĽA V SLOVENSKEJ REPUBLIKE	138
6.1. Pozícia Slovenskej republiky v kontexte implementácie EÚ smerníc v porovnaní s ostatnými krajinami	138
6.2. Kvantifikácia výšky regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa na podnikateľský sektor na Slovensku podľa aktuálne platnej legislatívy	142
7. NÁVRHY RIEŠENÍ A OPATRENÍ.....	197
ZHRNUTIE	201
ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV.....	207
PRÍLOHY.....	226

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1 Prehľad finančných prostriedkov spotrebiteľským združeniam z MH SR medzi rokmi 2011 až 2021	96
Tabuľka 2 Počet podnikateľských subjektov podľa vybraných právnych foriem.....	144
Tabuľka 3 Celkový prepočítaný počet podnikateľských subjektov podľa počtu zamestnancov na základe evidovaných počtov podnikateľských subjektov s počtami zamestnancov	145
Tabuľka 4 Prepočítaný počet MSP (s počtom zamestnancov od 0 do 249) podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností	148
Tabuľka 5 Prehľad analyzovaných právnych predpisov vrátane počtu identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty vrátane počtu kvantifikovateľných povinností.....	149
Tabuľka 6 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o ochrane spotrebiteľa.....	152
Tabuľka 7 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho	164
Tabuľka 8 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu.....	175

Tabuľka 9 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu	178
Tabuľka 10 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa	190
Tabuľka 11 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku	192
Tabuľka 12 Zhrnutie kvantifikácie nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa.....	194
Obrázok 1 Hodnotiacia tabuľka jednotného trhu	139
Obrázok 2 Agregovaná výkonnosť jednotlivých členských štátov pre všetky indikátory	141

ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK

ARSS - Alternatívne riešenia spotrebiteľských sporov

ASEAN – Združenie národov juhovýchodnej Ázie

CE - European conformity

CR SR - Colné riaditeľstvo SR

DISCUS - Distilled Spirits Council of the United States

DMA - Akt o digitálnych trhoch

DSA - Akt o digitálnych službách

ECCG - Európska poradná skupina spotrebiteľov

ECC-Net - Sieť Európskych spotrebiteľských centier

ESC - Európske spotrebiteľské centrum

EÚ – Európska únia

HDP – Hrubý domáci produkt

IoT - Internet-of-Things

MDaV SR - Ministerstvo dopravy a výstavby SR

MF SR - Ministerstvo financií SR

MIRRaI SR - Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR

MK SR - Ministerstvo kultúry SR

MO SR - Ministerstvo obrany SR

MPaRV SR - Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR

MPSVaR SR - Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR

MS SR - Ministerstvo spravodlivosti SR

MSP – Malé a stredné podniky

MV SR - Ministerstvo vnútra SR

MZ SR - Ministerstvo zdravotníctva SR

MZVaEZ SR - Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR

NBS - Národná banka Slovenska

NOS - Najlepšia ochrana spotrebiteľa

OECD - Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj

PPMs - Peer platform markets

PRIIP - Investičné produkty a investičné produkty založené na poistení

RAPEX - Systém Spoločenstva na rýchlu výmenu informácií

RIA - Regulatory Impact Analysis

RSO – Platforma Riešenie sporov online

S.O.S. - Spoločnosť ochrany spotrebiteľov

S.O.S. - Spoločnosť ochrany spotrebiteľov

SCM - Standard Cost Model

SIŽP - Slovenská inšpekcia životného prostredia

SMC - Single Market Scoreboard

SMI - Slovenský metrologický inšpektorát

SOI – Slovenská obchodná inšpekcia

SOVA - Spolok na ochranu vlastníkov automobilov

SR – Slovenská republika

ŠEI - Štátna energetickú inšpekciu

ŠUKL - Štátny ústav na kontrolu liečiv

ŠVPS SR - Štátna veterinárna a potravinová správa SR

UNCTAD – Konferencia Spojených národov pre obchod a rozvoj

ÚNMS SR - Úrad pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo SR

ÚRSO - Úrad pre reguláciu sieťových odvetví

ÚRSO – Úrad pre reguláciu sieťových odvetví

USA - Spojené štáty americké

ÚVZ - Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky

VÚCHV - Výskumný ústav chemických vlákien

VÚSAPL - Výskumný ústav spracovania a aplikácie plastických látok

ZOS - Združenie občianskej sebaobran

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha 1 Náklady regulácie	226
-----------------------------------	-----

ÚVOD

Rozvoj spoločnosti a sveta v posledných dekádach výrazne ovplyvnil aj spotrebiteľské správanie ľudí. V tomto období sme mohli a stále môžeme pozorovať rozvoj moderných digitálnych technológií, presun spotrebiteľov z offline prostredia kamenných predajní do online prostredia internetových obchodov a webových stránok predajcov, výrobcov, dovozcov a dodávateľov tovarov a služieb. Tieto zmeny na jednej strane výrazne zvyšujú komfort spotrebiteľov na dopytovej strane trhu a prinášajú nové podnikateľské príležitosti na ponukovej strane trhu. S narastajúcim počtom možností výberu spomedzi ponúkaných tovarov a služieb a ich variabilitou sú spojené aj riziká, že tovary a služby nebudú v požadovanej kvalite a že spotrebiteľia budú čeliť nekalým obchodným praktikám, budú zavádzaní alebo im nebudú poskytnuté tovary a služby v bežnej kvalite. Z tohto titulu sa na národnej úrovni štátov i celoeurópskej úrovni zaviedli zákony, právne normy či predpisy, ktorých hlavnou ambíciou je zabezpečiť štandard ochrany spotrebiteľov tovarov a služieb pred konaním, ktoré ich môže rôznym spôsobom poškodzovať. Práve samotná legislatíva v oblasti ochrany spotrebiteľa má eliminovať využívanie slabšieho postavenia spotrebiteľov samotnými poskytovateľmi tovarov a služieb. Ochrana spotrebiteľa je úzko spojená s myšlienkou práv spotrebiteľov a formovaním spotrebiteľských organizácií, ktoré pomáhajú spotrebiteľom pri lepšom výbere tovarov a služieb na trhu a pri prípadnom podávaní sťažností proti podnikateľským subjektom na trhu v prípade, že mali alebo majú podozrenie na porušenie ich práv.

V našej štúdii zameranej na komparatívnu analýzu problematiky ochrany spotrebiteľa v krajinách Európskej únie sa bližšie pozrieme na legislatívne prostredie v tejto oblasti z pohľadu právnych noriem na Slovensku a v Európskej únii. V prvej kapitole sa podrobnejšie zameriame na priblíženie a definovanie základných pojmov a terminológie v oblasti ochrany spotrebiteľa, ktorá vychádza primárne zo zákona o ochrane spotrebiteľa. Súčasťou prvej

kapitoly bude aj krátka história formovania ochrany spotrebiteľa v Spojených štátoch amerických, v ktorých bol predstavený koncept profesionálnej regulácie slúžiacej verejnému záujmu prostredníctvom zadenovania základných spotrebiteľských práv.

V druhej kapitole sa podrobnejšie pozrieme na vývoj v oblasti ochrany spotrebiteľa v Európskej únii. Oblasť ochrany spotrebiteľa je považovaná za prierezovú politiku, preto sa v rámci tejto kapitoly pozrieme na kľúčové oblasti politiky Európskej únie týkajúce sa ochrany spotrebiteľa, ku ktorým uvedieme aj kľúčové právne predpisy pre jednotlivé identifikované oblasti. Pozornosť venujeme aj základnému dokumentu zameranému na oblasť ochrany spotrebiteľa, a to smernici o právach spotrebiteľov, na základe ktorej majú spotrebiteľia rovnako silné práva v celej Európskej únii a ktorej hlavným cieľom je zosúladienie a harmonizovanie vnútroštátnych spotrebiteľských pravidiel naprieč jednotlivými členskými štátmi. Zmeny, ktoré rozvoj spoločnosti v posledných rokoch priniesol, reflektuje aj právo Európskej únie v tejto oblasti, preto venujeme pozornosť aj Revízii spotrebiteľského práva Európskej únie – Novej dohode pre spotrebiteľov, ku ktorej uvádzame aj zoznam smerníc, na ktoré sa vzťahuje. V poslednej časti tejto kapitoly venujeme pozornosť Novému programu pre spotrebiteľov predstavenému v novembri 2020. Tento program predstavuje aktualizovaný celkový strategický rámec spotrebiteľskej politiky únie, ktorý má reflektovať nové trendy spojené s digitalizáciou i dopadmi pandémie COVID-19 na spotrebiteľské správanie zainteresovaných subjektov.

Ochrana spotrebiteľa v Slovenskej republike je podrobnejšie rozobratá v štvrtej kapitole. Postupne v rámci tejto kapitoly venujeme pozornosť legislatívnemu prostrediu ochrany spotrebiteľa, v rámci ktorého rozoberáme 8 zákonov z danej oblasti. Súčasťou ochrany spotrebiteľa sú aj inštitúcie, ktoré túto oblasť pokrývajú, preto si podrobnejšie postupne predstavíme úlohy a kompetencie Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky (ktoré je ústredným orgánom štátnej správy pre ochranu spotrebiteľa s výnimkou ochrany

spotrebiteľa pri poskytovaní finančných služieb a koordináciu politiky vnútorného trhu Európskej únie), ústredných orgánov štátnej správy, organizácií vstupujúcich do ochrany spotrebiteľa a subjekty alternatívneho riešenia sporov. Kľúčovú úlohu v tejto oblasti tvoria rovnako aj spotrebiteľské združenia, ktoré si predstavíme na záver tejto kapitoly.

Vyššie zmienený rozvoj moderných digitálnych technológií zasahuje nielen do spotrebiteľského správania spotrebiteľov, ale prináša so sebou aj nové možnosti ochrany samotných spotrebiteľov. V piatej kapitole sa podrobnejšie pozrieme na dopady digitalizácie na vzťahy medzi spotrebiteľmi a predajcami, na potenciál digitalizácie pri odstraňovaní zastaranej regulácie ochrany a na iniciatívy Európskej únie v oblasti posilňovania regulácie v digitálnych službách. V nadväznosti na túto kapitolu sa v šiestej kapitole pozrieme na príklady dobrovoľnej regulácie ochrany spotrebiteľa samotným trhom. Práve dobrovoľná regulácia sa stala v posledných rokoch veľmi diskutovanou témou najmä pod vplyvom rozvoja sektora zdieľanej ekonomiky, s ktorým sa úzko spája. Nejedná sa však o úplnú novinku, pretože už v minulosti sme mohli vidieť niektoré príklady samoregulácie v obchodných združeniach v Spojených štátoch amerických.

V predposlednej siedmej kapitole sa venujeme posúdeniu výšky regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa na Slovensku. V úvode tejto kapitoly si priblížime pozíciu Slovenskej republiky v kontexte implementácie celoeurópskych smerníc v porovnaní s ostatnými členskými krajinami. V druhej časti kapitoly sa pozrieme podrobnejšie na náklady regulácie identifikovaných v zákonoch z tretej kapitoly venovanej ochrane spotrebiteľa v podmienkach Slovenskej republiky. Vychádzať budeme zo štandardného nákladového modelu a jednotnej metodiky posudzovania vybraných vplyvov z dielne Ministerstva hospodárstva SR doplnenej najmä o prílohy 3a a 3b tejto metodiky. Cieľom tejto kapitoly je kvantifikovanie nákladov regulácie spojených s povinnosťami podnikateľských subjektov, ktoré sú uvedené v príslušných právnych predpisoch. Posledná kapitola predstavuje návrhy

riešení a opatrení, na ktoré by sa s ohľadom na uskutočnenú analýzu a trendy v oblasti ochrany spotrebiteľa malo Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky v budúcnosti zamerať a prispieť tak k efektívnejšej ochrane spotrebiteľov, k odbúraní byrokratickej náročnosti a eliminovaniu administratívnych, priamych alebo nepriamych nákladov regulácie.

MANAŽÉRSKE ZHRNUTIE

Oblasť ochrany spotrebiteľa patrí medzi kľúčové oblasti, na ktoré sa zameriava regulácia z úrovne Európskej únie najmä vplyvom rozvoja digitalizácie a informatizácie spoločnosti, ktorá ovplyvnila do značnej miery aj spotrebiteľské správanie spotrebiteľov v jednotlivých členských štátoch i po celom svete. Trend v náraste počtu nákupov tovarov a služieb prostredníctvom online platforiem na úkor kamenných offline predajní je možné pozorovať v poslednej dekáde a globálna kríza spôsobená pandémiou COVID-19 ho v priebehu minulého roka ešte viac umocnila. V štúdii sa preto zameriame na posúdenie existujúcich a nových možností ochrany spotrebiteľa v Európskej únii a v Slovenskej republike, a to v kontexte regulačného zaťaženia podnikania v tejto oblasti. Zameriame sa na identifikáciu výšky regulačného zaťaženia v oblasti ochrany spotrebiteľa, pozrieme sa bližšie na možnosti samoregulácie ochrany spotrebiteľa v kontexte možnej implementácie do legislatívnych procesov na Slovensku.

V úvode štúdie sme sa pozreli na historický vývoj formovania koncepcie profesionálnej regulácie v 70. rokoch 20. storočia v Spojených štátoch amerických, ktorá viedla k sformulovaniu základných spotrebiteľských práv. Súčasne sme sa pozreli aj na definície a terminológiu spojenú s ochranou spotrebiteľa, ktorá vychádza hlavne zo zákona o ochrane spotrebiteľa. Slovenská republika ako členská krajina Európskej únie podlieha povinnosti transponovania smerníc, prípadne nariadení, ktorými chce únia dosiahnuť jednotné pravidlá platiace vo všetkých členských štátoch. Ďalej sme podrobne rozobrali oblasť ochrany spotrebiteľa na celoeurópskej úrovni. Pozreli sme sa na vývoj regulácie v tejto oblasti, ktorá sa stala jednou z kľúčových politík Európskej únie od roku 1975. Formovanie ochrany spotrebiteľa bolo založené na piatich základných spotrebiteľských právach – práve na ochranu života a bezpečnosti, práve na ochranu hospodárskej súťaže, práve na náhradu škody, práve na vzdelaní a práve na právnom zastúpení. Európska únia v tejto oblasti

prijímala skôr smernice ako nariadenia, ktoré by boli uplatňované bez potreby ďalších opatrení zo strany členských štátov. Smernice sa na rozdiel od nariadení neuplatňujú priamo, ale je ich potrebné priamo transponovať do vnútroštátnych právnych predpisov. Podrobnejšie sme si predstavili kľúčové oblasti politiky Európskej únie v oblasti ochrany spotrebiteľa. Išlo o bezpečnosť produktov, digitálny trh, finančné služby, bezpečnosť jedla a označovanie, energie a oblasť cestovania, voľného času a dopravy. V prípade jednotlivých oblastí sme uviedli aj príslušné nariadenia a smernice Európskeho parlamentu, komisie alebo rady, ktoré upravujú jednotlivé vyššie uvedené oblasti. Dôležitú pozornosť sme venovali aj predstaveniu základného dokumentu zameraného na oblasť ochrany spotrebiteľa v EÚ – smernici o právach spotrebiteľov, vrátane Novej dohody pre spotrebiteľov, ktorá bola prijatá v roku 2018 s cieľom posilniť presadzovanie spotrebiteľského práva EÚ v súvislosti s rastúcim rizikom porušovania právnych predpisov v celej EÚ a na modernizáciu pravidiel EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa s ohľadom na vývoj na trhu (najmä rozvoj digitálnych platforiem a sprostredkovateľských platforiem). Predstavili sme si aj Nový program pre spotrebiteľov, ktorý prijala Európska komisia v novembri 2020. Ide o aktualizovaný celkový strategický rámec spotrebiteľskej politiky EÚ a zameriava sa na lepšiu pripravenosť EÚ na vysporiadanie sa s novými výzvami v oblasti práv spotrebiteľov a príležitosťami na posilnenie postavenia spotrebiteľov, účinnejšiu ochranu spotrebiteľov v novej hospodárskej realite spôsobenej pandemiou COVID-19 a riešenie rastúceho významu medzinárodnej spolupráce a účinného presadzovania pri zabezpečovaní práv spotrebiteľov v ére globalizácie. V rámci tohto programu pokryla Európska komisia 5 oblastí, ktoré sa týkajú prechodu na zelenú ekonomiku (zelená transformácia), digitálnu transformáciu, nápravu a vymáhanie práv spotrebiteľov, riešenie špecifických potrieb spotrebiteľov a ochranu spotrebiteľa v globálnom kontexte. Je zjavné, že EÚ aktívne pristupuje k tejto oblasti a snaží sa reflektovať dynamicky sa meniace podmienky na trhu.

Z pohľadu spotrebiteľov na Slovensku je dôležité poznať najmä legislatívne prostredie ochrany spotrebiteľa v našej krajine. Postupne predstavujeme základné právne predpisy v podobe zákonov, ktoré upravujú oblasť ochrany spotrebiteľa na Slovensku. Vychádzame zo zoznamu právnych predpisov, ktoré zverejňuje na svojej webovej stránke Ministerstvo hospodárstva SR, resp. z iných štúdií, ktoré sa zaoberali legislatívnym prostredím ochrany spotrebiteľa na Slovensku. Zamerali sme sa na 8 zákonov, ktoré sme postupne bližšie špecifikovali, popísali kľúčové oblasti, ktoré upravujú, a pozreli sa aj na počty novelizácií, ktorými prešli od svojho vzniku. Poznatky z tejto kapitoly sme následne využili v kapitole venovanej posúdeniu výšky regulácií v oblasti ochrany spotrebiteľa. Okrem toho sme sa v tejto kapitole bližšie pozreli aj na inštitucionálne pokrytie ochrany spotrebiteľa, ktoré je na Slovensku tvorené najmä Ministerstvom hospodárstva Slovenskej republiky (ako ústredným orgánom štátnej správy pre ochranu spotrebiteľa s výnimkou ochrany spotrebiteľa pri poskytovaní finančných služieb a koordináciu politiky vnútorného trhu Európskej únie), ďalej sú to ústredné orgány štátnej správy (tvorené jednotlivými ministerstvami a Úradom pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo SR), organizáciami vstupujúcimi do ochrany spotrebiteľa (ako napr. Slovenská obchodná inšpekcia, obce a mestá, Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky, Štátna energetická inšpekcia či Úrad pre reguláciu sieťových odvetví a i.), v rámci ktorých sme venovali najväčšiu pozornosť práve Slovenskej obchodnej inšpekcii a nakoniec aj novému systému alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov, ktorý funguje od 1. februára 2016. Spotrebiteľ, ktorý má problém s predávajúcim kvôli zakúpenému výrobku, sa môže obrátiť na príslušný subjekt alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov zapísaného v zozname subjektov, ktorý vedie MH SR (v súčasnosti je v tomto zozname evidovaných 7 subjektov). Pozornosť sme venovali spotrebiteľským združeniam pôsobiacim v oblasti ochrany spotrebiteľa na Slovensku. Ide o občianske združenia založené alebo zriadené na ochranu spotrebiteľa, ktoré presadzujú a chránia záujmy spotrebiteľov a pomáhajú im uplatňovať spotrebiteľské práva, a to bezodplatne.

Spotrebiteľia sa na nich môžu obrátiť so žiadosťou o právne poradenstvo, pomoc a podporu predovšetkým mimosúdne, avšak v krajnom prípade nie je vylúčené ani ich zastupovanie na základe plnej moci pred súdom, prípadne iným štátnym orgánom.

Ďalej sme sa v štúdiu zamerali na analýzu nových technológií v kontexte ochrany spotrebiteľa, ktoré priniesla tzv. štvrtá vlna priemyselnej revolúcie charakterizovaná digitalizáciou a informatizáciou spoločnosti. Nástup digitálnych platforiem zdieľanej ekonomiky v posledných rokoch výrazne prispel k zmene spotrebiteľského správania spotrebiteľov, ktorí začali nahrádzať tradičné služby tými poskytovanými prostredníctvom digitálnych platforiem zdieľanej ekonomiky, ako Uber, Airbnb a i. Práve pri týchto platformách, ktoré slúžia na elektronické párovanie ponuky a dopytu na trhu, sa ukázalo, že súčasná regulácia v oblasti ochrany spotrebiteľa nedostatočne reflektuje potreby, ktoré nové ekonomické modely vyžadujú. Platformy zdieľanej ekonomiky sú veľmi dobrým príkladom toho, že i napriek nedostatočnej regulácii dokážu tieto platformy vytvoriť vlastné samoregulačné nástroje, ktoré tak supľujú do určitej miery aj štátnu reguláciu. Samoreguláciu je možné chápať ako regulačný proces, pri ktorom organizácia na odvetvovej úrovni (obchodné združenie alebo profesijná komora) na rozdiel od vládnej úrovne stanovuje a presadzuje pravidlá a štandardy týkajúce sa konania spoločností v konkrétnom odvetví. Okrem nových technológií, ich dopadu na vzťah medzi predávajúcimi a spotrebiteľmi a potenciálu odstraňovania zastaranej regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa sa podrobnejšie venujeme aj úplne novej iniciatíve Európskej únie v posilňovaní legislatívy v oblasti digitálnych služieb, najmä v prípade regulovania veľkých sprostredkovateľských platforiem. Bližšie sa pozrieme na pripravované dokumenty v podobe Aktu o digitálnych službách a o digitálnych trhoch, ktoré majú záujem priniesť výrazné zmeny z hľadiska nastavenia celoeurópsky platných pravidiel pre prostredie digitálneho obchodu. Súčasťou tejto kapitoly je aj popis identifikovaných potenciálnych dopadov nového prístupu k regulovaniu digitálnych služieb vrátane návrhov na jeho zlepšenie. Už vyššie zmienenú samoreguláciu podrobnejšie rozoberáme v piatej kapitole.

Práve z dôvodu absencie regulácie, ktorá by upravovala podmienky na trhu digitálnych platforiem, boli poskytovatelia digitálnych služieb nútení k nastaveniu vlastných procesov na získanie dôvery nových zákazníkov a eliminovaniu rizík spájaných s digitálnym prostredím a znižovaním miery strachu spotrebiteľov. Podrobnejšie sme si následne rozobrali tri kľúčové aspekty, ktoré podporujú rozvoj samoregulácie v oblastiach digitálnych služieb cez samotnú podstatu digitálneho prostredia. Išlo o možnosť okamžitej a transparentnej spätnej väzby a znižovanie informačnej asymetrie, ďalej o reputáciu spoločností a konkurenčný tlak a na záver o digitálnu zdatnosť a citlivosť prvotných užívateľov týchto služieb. Ďalej sme uviedli úspešné príklady aplikovania dobrovoľného zavádzania štandardov ochrany spotrebiteľov zo strany poskytovateľov služieb. Nejedná sa len o príklady digitálnych platforiem a platforiem zdieľanej ekonomiky, ale najmä ide aj o príklady tradičných podnikateľských subjektov (napr. o obchodné združenie výrobcov alkoholických nápojov v USA, ktoré zachováva dobrovoľný kódex zodpovedných reklamných a marketingových postupov od konca prohibície, pričom ho pravidelne aktualizuje a dohliada nad jeho dodržiavaním).

Pri posudzovaní výšky regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa sme sa prvotne pozreli na pozíciu Slovenskej republiky v kontexte implementácie smerníc EÚ v porovnaní s ostatnými členskými štátmi. EÚ monitoruje pri každej smernici jej transpozíciu a jej správne vykonanie a výsledky zverejňuje každoročne v tzv. Hodnotiacej tabuľke jednotného trhu. Z výsledkov za rok 2019 môžeme konštatovať, že Slovenská republika patrí medzi 15 krajín, ktoré transponujú príslušné smernice bez problémov. Dostávame sa k nosnej časti štúdie, a to ku kvantifikácii výšky regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa na podnikateľský sektor na Slovensku podľa aktuálne platnej legislatívy. Pri kvantifikácii nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľov na Slovensku vychádzame z Jednotnej metodiky na posudzovanie vybraných vplyvov, ktorú vypracovalo Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky na základe tzv. Štandardného nákladového modelu. Pri kalkulácii nákladov sme pracovali s prílohami 3a Analýza vplyvu na podnikateľské prostredie a 3b Kalkulačka vplyvov

podnikateľského prostredia, ktoré sú súčasťou Jednotnej metodiky na posudzovanie vybraných vplyvov. Ďalej sme pre potreby analýzy pracovali s prepočítaným počtom malých a stredných podnikov (s počtom zamestnancov od 0 po 249) podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností, aby sme mohli identifikovať odhadovaný počet podnikateľských subjektov, pre ktoré budeme náklady regulácie kvantifikovať. Z celkového počtu ôsmich zákonov bolo iba v šiestich z nich identifikovaných celkovo 46 povinností, pričom iba 29 z nich bolo kvantifikovateľných, čo je v relatívnom vyjadrení 63,04 %. Pri kvantifikácii nákladov regulácie sme rozlišovali podľa metodiky administratívne náklady, priame a nepriame finančné náklady regulácie (priame finančné náklady vyplývajúce z regulácie sme v analyzovaných zákonoch neidentifikovali). Celkové náklady regulácie na základe identifikovaných povinností v jednotlivých zákonoch dosiahli hodnotu 263,689 mil. €, čo predstavuje približne 0,29 % HDP Slovenska v bežných cenách v roku 2020. Najvyšší až 58,13 % podiel na celkových identifikovaných nákladoch predstavujú povinnosti vyplývajúce zo zákona o ochrane spotrebiteľa (v hodnote 153,282 mil. €). Druhý najvyšší podiel majú povinnosti vyplývajúce zo zákona o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho s podielom 39,29 % (v hodnote 103,604 mil. €). Tretí najvyšší podiel tvoria povinnosti identifikované v zákone o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku, ktoré tvoria iba 1,27 % podiel na celkových identifikovaných nákladoch regulácie (v hodnote 3,357 mil. €). Zvyšné 3 zákony majú dokopy iba 1,31 % podiel na celkových nákladoch regulácie (v hodnote 3,446 mil. €). Je dôležité poznamenať, že pri nekvantifikovateľných identifikovaných povinnostiach nebolo možné vždy relevantne odhadnúť počty subjektov, ktorých sa daná povinnosť dotýka a rovnako tak ani frekvenciu uskutočnenia danej povinnosti. Pri niektorých zas chýbala absencia podrobnejších informácií o zákazníkoch, nakoľko samotná kvantifikácia danej povinnosti bola naviazaná na tieto

počty. Najčastejším problémom s vyčíslením nákladov regulácie sú preto vstupné dáta, najmä o počte subjektov, ktorých sa dané povinnosti dotýkajú.

Na záver uvádzame návrhy riešení a opatrení nových možností zabezpečovania ochrany spotrebiteľa. Z pohľadu ďalších krokov je veľmi dôležité zrealizovať komplexný audit a revíziu právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa s cieľom zefektívnenia súčasne platnej regulácie v kontexte byrokratickej záťaže na podnikateľské subjekty, posúdiť úroveň transpozície aktuálne platných predpisov, smerníc a nariadení EÚ v našich právnych predpisov, využiť výsledky auditu a revízie na vytvorenie súboru minimálnych požiadaviek na ochranu spotrebiteľa s konkrétnymi podmienkami pre ponukovú aj dopytovú stranu trhu, zamerať sa na odbúranie papierovej formy formulárov, informačných dokumentov či inej zmluvnej dokumentácie v čo najväčšej možnej miere, čo by prispelo k zníženiu byrokracie a nákladovosti naplňania týchto povinností (nie všetky povinnosti je možné zrušiť, ale je možné znížiť ich administratívnu náročnosť). Pokračovať v ex post kvantifikovaní nákladov regulácie, pristúpiť k efektívnejšiemu zberu a spracovaniu údajov jednotlivými orgánmi dozoru. Zamerať sa na posúdenie jednotlivých povinností uvedených v zákonoch s ohľadom na (potenciálne) dostupné trhové riešenia kontroly ich dodržiavania, čím vzniká priestor na zavedenie samoregulácie v našich podmienkach, pričom orgány dozoru by dohliadali na kontrolu dodržiavania samoregulácie. Kľúčové pri rozvoji samoregulácie bude aj intenzívnejšie využívanie hodnotenia kvality poskytovaných či predaných tovarov a služieb spotrebiteľmi, plne digitalizovať, vykonávať elektronizáciu a štandardizovať povinnosti podnikateľských subjektov vo vzťahu k orgánom dozoru a zamerať sa na dosiahnutie rovnakej úrovne ochrany spotrebiteľa pri online nákupoch ako pri offline nákupoch.

1. OCHRANA SPOTREBITEĽA – DEFINÍCIE POJMOV A PROBLEMATIKY

Pojem ochrana spotrebiteľa predstavuje postup ochrany kupujúcich tovarov a služieb a verejnosti pred nekalými praktikami na trhu. Opatrenia na ochranu spotrebiteľov sú často ustanovené zákonmi a právnymi predpismi na národnej a medzinárodnej úrovni (v niektorých prípadoch môže ísť aj o právne predpisy na lokálnej úrovni). Účelom týchto zákonov je zabrániť podnikom v podvodoch alebo konkrétnych nekalých praktikách, ktoré by ich viedli k získaniu výhod nad konkurenciou alebo by zavádzali spotrebiteľov do omylu.

Zároveň môže ísť v tomto prípade aj o spôsob poskytovania dodatočnej ochrany pre širokú verejnosť, ktorá môže byť ovplyvnená výrobkom alebo procesom jeho samotnej výroby (i keď ho priamo nekupujú ani nespotrebovávajú). Ak hovoríme o ochrane spotrebiteľa, hovoríme o transparentnej informovanosti spotrebiteľov o predávaných tovaroch a službách (ich vlastnostiach, podmienkach použitia, kvality, štruktúry a pod.) najmä v oblastiach, kde môže byť ohrozená ich bezpečnosť alebo zdravie.

Ochrana spotrebiteľa je úzko spojená s myšlienkou práv spotrebiteľov a formovaním spotrebiteľských organizácií, ktoré pomáhajú spotrebiteľom pri lepšom výbere tovarov a služieb na trhu a pri prípadnom podávaní sťažností proti podnikateľským subjektom na trhu v prípade, že majú podozrenie na porušenie ich práv. Štruktúra subjektov a organizácií (súkromných či verejných), ktoré sú zapojené do procesu ochrany spotrebiteľa, je veľmi podobná vo všetkých krajinách sveta. Ide primárne o vládne organizácie, samoregulačné obchodné organizácie a veľmi dôležitú a intenzívnu úlohu zastávajú aj mimovládne organizácie, ktoré sa zasadujú za zákony na ochranu spotrebiteľa a pomáhajú zabezpečiť ich presadzovanie.

Ochrana spotrebiteľa pozostáva zo zákonov a organizácií určených nielen na zabezpečenie práv spotrebiteľov, ale aj na zabezpečenie dodržiavania spravodlivej obchodnej súťaže

a voľného toku pravdivých informácií na trhu. Ako uvádzajú Monti a Augenhofer (2018), regulácia je v tomto prípade navrhnutá tak, aby zabránila podnikom zapojeným do podvodov alebo konkrétnych nekalých praktík získať výhodu oproti konkurencii. Zároveň poskytuje ochranu slabým a tým, ktorí sa o seba nemôžu postarať. Samotná ochrana spotrebiteľov a ich záujmov je veľmi často realizovaná aj podporou hospodárskej súťaže na trhoch, ktoré priamo alebo nepriamo slúžia spotrebiteľom v súlade s vykonávanou ekonomickou účinnosťou.

Ako prvý v roku 1962 predstavil americký prezident Kennedy (1962) koncept profesionálnej regulácie, ktorá mala slúžiť verejnému záujmu prostredníctvom zadefinovania základných spotrebiteľských práv v tzv. Spotrebiteľskej listine práv (z angl. Consumer Bill of Rights). Táto spotrebiteľská listina práv špecifikovala 4 kľúčové práva spotrebiteľov, ktoré boli v roku 1985 doplnené o 4 ďalšie kľúčové práva spotrebiteľov (Shukla, 2016a Lal, 2016). V tomto kontexte ide najmä o:

- a) právo na bezpečnosť (z angl. the right to safety) – toto právo spočíva v ochrane pred marketingom takých tovarov a služieb, ktoré sú nebezpečné pre zdravie alebo pre život,
- b) právo byť informovaný (z angl. the right to be informed) – ide o právo ochrany pred podvodnými, klamlivými alebo hrubo zavádzajúcimi informáciami, reklamou, označovaním (štítky na tovaroch) alebo inými praktikami s cieľom dostať všetky relevantné a potrebné informácie umožňujúce vykonanie informovaného a objektívneho rozhodnutia pri výbere vhodného tovaru a služby,
- c) právo na výber (z angl. the right to choose) – ide o právo mať k dispozícii rôzne produkty a služby za konkurenčné ceny,
- d) právo byť vypočutý (z angl. the right to be heard) – ide o právo zaručujúce jednotlivcovi, že pri tvorbe vládnej politiky budú plne a systematicky

- zohľadňované záujmy spotrebiteľov, a to prostredníctvom zákonov prijatých zákonodarnými orgánmi alebo prijatými nariadeniami inými správnymi orgánmi,
- e) právo na vzdelanie (z angl. the right to education) – ide o právo prístupu k programom a informáciám, ktoré pomáhajú spotrebiteľom pri lepšom rozhodovaní a správaní sa na trhu,
 - f) právo na nápravu (z angl. the right to redress) – ide o právo, ktoré umožňuje pracovať so zavedenými mechanizmami na nápravu problémov a na získanie náhrady za zlé služby alebo výrobky, ktoré nefungujú správne (inak povedané, každý spotrebiteľ má nárok na kompenzáciu za nekvalitne poskytnutú službu či predaný tovar, ktorý nefunguje alebo neplní svoju úlohu tak, ako to proklamoval predávajúci),
 - g) právo na uspokojenie základných potrieb (z angl. the right to satisfaction of basic needs) – ide o právo, ktoré spotrebiteľom dáva právo na také tovary a služby, ktoré dokážu kvalitne uspokojiť nielen základné životné potreby ľudí, ale aj ich sekundárne či terciárne potreby na kvalitatívne požadovanej úrovni,
 - h) právo na zdravé životné prostredie (z angl. right to healthy environment) – ide o právo, ktoré umožňuje žiť a pracovať v prostredí, ktoré neohrozuje blaho súčasných ani budúcich generácií a dbá na minimalizáciu negatívnych dopadov produkovaných tovarov a poskytovaných služieb na životné prostredie.

Aj v prípade spotrebiteľov platí, že s právami prichádza aj zodpovednosť. Ochrana spotrebiteľa má hlavný cieľ a ambíciu vytvoriť také prostredie, v ktorom budú informácie poskytované jednotne, transparentne a ideálne štandardizovane, čím sa regulácia snaží v čo najväčšej možnej miere vytvoriť pre spotrebiteľov také podmienky, aby spotrebiteľom čo najviac pomohli a uľahčili spotrebiteľské rozhodnutia. Na spotrebiteľov tak prechádza zodpovednosť vzdelávania sa, pretože ak sú k dispozícii informácie o produktoch verejne dostupné, potom sú samotní spotrebiteľia zodpovední za ich prečítanie a použitie v súlade

s určením uvedeným v informáciách. V tejto súvislosti medzi základné zodpovednosti spotrebiteľa, podľa ASEAN (2015) doplnené o OECD (2008), môžeme zaradiť:

- právo byť informovaný (z angl. the responsibility to be informed) – každý zodpovedný spotrebiteľ by mal vedieť, čo kupuje, mal by sa oboznámiť so všetkými dostupnými informáciami, ktorých minimálny rozsah stanovuje práve národná legislatíva a regulácia,
- zodpovednosť za starostlivý výber (z angl. the responsibility to choose carefully) – zodpovední zákazníci robia porovnania s najlepšimi výrobkami alebo službami za najlepšiu cenu na trhu, no okrem toho sa v posledných rokoch medzi aspekty, ktoré zohľadňujú spotrebiteľia pri výbere, zaraďuje aj zohľadnenie vplyvu na životné prostredie (výber tovarov a služieb s menším negatívnym vplyvom na životné prostredie, kupovanie použitých renovovaných tovarov alebo tovarov vyrobených z recyklovaných materiálov namiesto úplne nových),
- zodpovednosť za bezpečné používanie produktov (z angl. the responsibility to use products safety) – spotrebiteľia musia dodržiavať pokyny uvedené v príručkách k výrobkom alebo iných materiálov týkajúcich sa bezpečného používania výrobkov (používanie výrobkov v súlade s účelom použitia deklarovaným výrobcom),
- zodpovednosť hovoriť (z angl. the responsibility to speak out) – zodpovední spotrebiteľia môžu pomôcť vylepšovať zásady a produkty firiem, v ktorých nakupujú a to tak, že dajú spoločnostiam vedieť o ich nespokojnosti s poskytovanými službami alebo predávanými tovarmi, rovnako tak spotrebiteľia majú zodpovednosť za hlásenie nekalých, nebezpečných a nezákonných obchodných praktík, čím prispievajú k ochrane ostatných spotrebiteľov pred problémami,

- zodpovednosť za nápravu (z angl. the responsibility to seek a remedy) – spotrebiteľ má zodpovednosť za nápravu chybného produktu, pretože každý spotrebiteľ sa snaží získať najlepšiu kvalitu (hodnotu) za svoje peniaze (bezchybný tovar, vysokokvalitnú službu a pod.), preto ak kvalita výrobku alebo poskytnutej služby nezodpovedá vami požadovanej kvalite, prípadne kvalite deklarovanej výrobcom, máte nárok vrátiť tovar, požadovať jeho opravu, výmenu alebo vrátenie peňazí,
- zodpovednosť za získanie/osvojenie spotrebiteľských zručností (z angl. the responsibility to learn consumer skills) – v neposlednom rade každý spotrebiteľ nesie zodpovednosť za svoje rozhodnutia, preto by si mal osvojiť zásady, prostredníctvom ktorých bude predchádzať robeniu zlých spotrebiteľských rozhodnutí, pričom ide najmä o dôsledné čítanie informácií na štítkoch a baleniach, porovnávanie cien, sledovanie aktuálnych informácií o nekalých a nezákonných praktikách, sledovanie informácií šírených spotrebiteľskými združeniami, prípadne študovanie materiálov zameraných na podporu spotrebiteľskej gramotnosti a ochrany spotrebiteľa.

V prípade zdefinovania a charakterizovania základných pojmov spojených s ochranou spotrebiteľa budeme vychádzať zo zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o ochrane spotrebiteľa“), ktorý v čl. I, § 2 vymedzuje niektoré pojmy nasledovne:

- spotrebiteľ:
 - ide o fyzickú osobu, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti, zamestnania alebo povolania,

- všeobecnejšie (univerzálnejšie) mimo našu právnu úpravu je možné pod pojmom spotrebiteľ chápať jednotlivca alebo organizáciu, ktorá spotrebúva tovary alebo služby poskytované dodávateľmi,
- predávajúci:
 - ide o osobu, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy koná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti alebo povolania, alebo osoba konajúca v jej mene alebo na jej účet,
- výrobca:
 - môže ísť o osobu, ktorá výrobok vyrobí, vyťaží, obnoví, upraví alebo inak získa a má sídlo alebo miesto podnikania na území členského štátu Európskej únie, členského štátu Európskeho hospodárskeho priestoru či Turecka (ďalej len „členský štát“), alebo ten, kto sa za výrobcu vydáva označením výrobku svojím menom, ochrannou známkou alebo iným rozlišovacím znakom, alebo osoba z dodávateľského reťazca, ktorej činnosť môže ovplyvniť bezpečnostné vlastnosti výrobku,
 - môže ísť aj o osobu, ktorá má sídlo alebo miesto podnikania na území členského štátu a je splnomocnencom výrobcu, ktorý nemá sídlo alebo miesto podnikania na území členského štátu,
 - alebo môže ísť o dovozcu, ktorého nemožno určiť podľa predchádzajúcich dvoch bodov,
- dovozca podnikateľ:
 - ide o subjekt, ktorý doviezol do členského štátu výrobok zo štátu, ktorý nie je členským štátom,
- dodávateľ podnikateľ:

- priamo alebo prostredníctvom iných podnikateľov dodáva alebo dodal predávajúcemu výrobok, pričom jeho činnosť neovplyvňuje vlastnosti výrobku,
- výrobok:
 - pod výrobkom sa rozumie nová, použitá alebo upravená hnuiteľná vec, ktorá bola vyrobená, vyťažená alebo inak získaná bez ohľadu na stupeň jej spracovania a ktorá je určená na ponuku spotrebiteľovi alebo pri ktorej možno predpokladať, že ju spotrebiteľ použije, ak sa táto vec dodáva za odplatu alebo bezodplatne; výrobkom je aj hnuiteľná vec, ktorá je súčasťou alebo príslušenstvom inej hnuiteľnej veci alebo nehnuteľnej veci, elektrina, plyn, voda alebo teplo určené pre spotrebiteľa,
- bezpečný výrobok:
 - ide o výrobok, ktorý za bežných alebo rozumne predvídateľných podmienok používania, inštalácie alebo údržby nepredstavuje po dobu určenú výrobcom alebo po dobu obvyklej použiteľnosti nebezpečenstvo pre spotrebiteľa alebo jeho používanie predstavuje pre spotrebiteľa vzhľadom na bezpečnosť a ochranu zdravia len minimálne nebezpečenstvo, alebo svojimi vlastnosťami zodpovedá požiadavkám podľa osobitného predpisu,
- nebezpečný výrobok:
 - ide o výrobok, ktorý nespĺňa požiadavky kladené na bezpečný výrobok, pričom platí, že zanebezpečný výrobok nemožno považovať výrobok iba preto, že bol do obehu uvedený bezpečnejší výrobok,
- služba:
 - je akákoľvek činnosť alebo výkon, ktorý je ponúkaný spotrebiteľovi odplatne alebo bezodplatne vrátane činností upravených osobitnými predpismi, nad ktorými vykonávajú dozor profesijné komory alebo iné orgány verejnej

správy, ako sú uvedené v § 19 zákona o ochrane spotrebiteľov; tým nie je dotknutá povinnosť mlčanlivosti podľa osobitných predpisov vrátane zákonom prenesenej právomoci profesijných komôr,

- bezpečná služba:
 - ide o službu, ktorá za bežných alebo rozumne predvídateľných podmienok poskytovania nepredstavuje nebezpečenstvo alebo jej poskytovanie predstavuje pre spotrebiteľa vzhľadom na bezpečnosť a ochranu zdravia len minimálne nebezpečenstvo,
- bežná kvalita:
 - je taká kvalita, ktorá zabezpečuje zachovanie všetkých podstatných vlastností výrobku, ktoré podmieňujú jeho bezprostredné používanie a spĺňajú predpokladané očakávania spotrebiteľa,
- reklamácia:
 - pod týmto pojmom rozumieme uplatnenie zodpovednosti za vady výrobku alebo služby,
- vybavenie reklamácie:
 - ide o ukončenie reklamačného konania odovzdaním opraveného výrobku, výmenou výrobku, vrátením kúpnej ceny výrobku, vyplatením primeranej zľavy z ceny výrobku, písomná výzva na prevzatie plnenia alebo jej odôvodnené zamietnutie,
- odborné posúdenie:
 - ide o písomné vyjadrenie znalca alebo stanovisko vydané autorizovanou, notifikovanou či akreditovanou osobou, alebo stanovisko osoby oprávnenej výrobcom na vykonávanie záručných opráv (ďalej len „určená osoba“),
- nebezpečná napodobnenina:

- ide o taký výrobok, ktorý má formu, vôňu, farbu, vzhľad, obal, označenie, objem alebo rozmery, ktoré môžu spôsobiť jeho zámenu spotrebiteľom, najmä dieťaťom s potravinou, čo môže byť nebezpečné pre jeho zdravie,
- obchodná praktika:
 - rozumieme pod ňou také konanie, opomenutie konania, spôsob správania alebo vyjadrovania, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu predávajúceho, priamo spojená s propagáciou, ponukou, predajom a dodaním výrobku spotrebiteľovi,
- agresívna obchodná praktika:
 - ide o také konanie, ktoré obťažovaním, nátlakom vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraným vplyvom podstatne zhoršuje alebo je spôsobilé významne zhoršiť slobodu výberu alebo správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k výrobku, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil,
- podstatné narušenie ekonomického správania spotrebiteľa:
 - ide o využitie obchodnej praktiky na značné obmedzenie schopnosti spotrebiteľa urobiť rozhodnutie, ktoré by pri dostatku informácií inak neurobil,
- kódex správania:
 - ide o dohodu alebo súbor pravidiel, ktoré vymedzujú správanie predávajúceho, ktorý sa zaviazal dodržiavať tento kódex správania vo vzťahu k jednej alebo viacerým osobitným obchodným praktikám alebo obchodným odvetviam, ak tieto nie sú ustanovené zákonom alebo iným právnym predpisom alebo opatrením orgánu verejnej správy,
- tvorca kódexu správania:

- pod týmto pojmom rozumieme subjekt vrátane predávajúceho alebo skupiny predávajúcich, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a zmenu kódexu správania alebo za kontrolu jeho dodržiavania tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať,
- odborná starostlivosť:
 - rozumieme pod ňou úroveň osobitnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od predávajúceho pri konaní vo vzťahu k spotrebiteľovi, zodpovedajúcu čestnej obchodnej praxi alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňovanej v jeho oblasti činnosti,
- výzva na kúpu:
 - ide o takú obchodnú komunikáciu, ktorá obsahuje opis základných znakov výrobku a jeho cenu spôsobom zodpovedajúcim charakteru použitej obchodnej komunikácie umožňujúcej spotrebiteľovi uskutočniť kúpu,
- neprimeraný vplyv:
 - ide o využívanie silnejšieho postavenia vo vzťahu k spotrebiteľovi, aby sa vyvinul nátlak aj bez použitia alebo hrozby použitia fyzickej sily spôsobom, ktorý významne obmedzuje schopnosť spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie,
- rozhodnutie o obchodnej transakcii:
 - je ho možné charakterizovať ako rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok výrobok kúpi, zaplatí zaň vcelku alebo po častiach, ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať, alebo si uplatní práva zo záväzkového vzťahu vo vzťahu k výrobku bez ohľadu na to, či sa spotrebiteľ rozhodne konať alebo zdržať sa konania,
- predajná cena:
 - predstavuje konečnú cenu vrátane dane z pridanej hodnoty a všetkých ostatných daní za jednotku výrobku alebo za určené množstvo výrobku,

- jednotková cena:
 - predstavuje konečnú cenu vrátane dane z pridanej hodnoty a ostatných daní za kilogram, liter, meter, meter štvorcový, meter kubický výrobku alebo inú jednotku množstva, ktorá sa často a bežne používa pri predaji výrobku,
- výrobok predávaný na množstvo:
 - ide o taký výrobok, ktorý nie je balený a meria sa alebo váži v prítomnosti spotrebiteľa,
- produkt:
 - ide o výrobok alebo službu vrátane nehnuteľnosti, práva alebo záväzku.

Do spotrebiteľských vzťahov okrem spotrebiteľa, predávajúceho, výrobcu, dovozcu či dodávateľa vstupujú aj iné subjekty, ako napr. združenia spotrebiteľov či orgány verejnej moci. Dzurová et al. (2007) uvádza, že združenia spotrebiteľov alebo iné právnické osoby založené na ochranu spotrebiteľov sú právnické osoby, ktoré zakladajú občania na ochranu spotrebiteľských práv. Ako ďalej uvádza Adameková (2013), rovnako tak majú združenia spotrebiteľov alebo iné právnické osoby založené za týmto účelom oprávnenie spolupôsobiť s orgánmi štátnej správy, ktoré sú na to príslušné. Združenia spotrebiteľov sú veľmi často ľudovo nazývané aj ako spotrebiteľské združenia, ktoré informujú spotrebiteľov, napomáhajú im k realizovaniu správnych rozhodnutí spojených so spotrebou tovarov a služieb, presadzujú ich záujmy v štátnych orgánoch pri kreovaní právnych noriem a predpisov a v niektorých prípadoch zastupujú samotných spotrebiteľov pri určitých súdnych sporoch. Združenia spotrebiteľov ďalej poskytujú právne poradenstvo, pomoc a podporu predovšetkým mimosúdne. Z pohľadu spotrebiteľov je však veľmi dôležité, aby vždy poskytli združeniu maximálnu súčinnosť a pravdivo opísali všetky rozhodujúce skutočnosti. Dzurová et al. (2007) ďalej pod orgánmi verejnej moci rozumie také subjekty, ktorých úlohou je v rámci svojej vecnej a miestnej pôsobnosti zaistiť plnenie zákonom určených úloh v systéme kontroly a dozoru.

V súvislosti s ochranou spotrebiteľa je potrebné spomenúť veľmi aktuálny pojem – konzumizmus (z angl. consumerism). Podľa Roacha, Goodwinaa a Nelson (2019) ide o spoločenský a ekonomický poriadok, ktorý podporuje nákup tovarov a služieb v čoraz väčšom množstve. Iná definícia od Tewari (2016) uvádza, že vznik tohto pojmu je spojený s rozvojom hromadnej výroby a rozšírenia spotreby. Tento výraz je často spájaný s kritikou spotreby už od čias Thorsteina Veblena na prelome 19. a 20. storočia. Tento pojem je možné chápať z viacerých strán – najčastejšie sa používa s označovaním konzumného hnutia, ochrany spotrebiteľa alebo spotrebiteľského aktivizmu, pričom pre naše potreby budeme brať do úvahy posledné dve hľadiská. Konzumizmus podľa viacerých autorov viedol k nárastu objemu produkovaných tovarov a služieb v posledných desaťročiach, čo viedlo v mnohých prípadoch k zníženiu pozornosti venovanej kvalite produktov a služieb. Práve pokles kvality tovarov a služieb spojený so znižovaním ich životnosti viedol k podpore konzumného spôsobu života a častejšej výmene používaných tovarov za nové (čo malo najmä ekonomické dôvody – výmena starého tovaru za nový bola lacnejšia ako oprava starého). V súvislosti s pojmom konzumizmus je potrebné teda zmieniť aj výrazný negatívny environmentálny vplyv na životné prostredie.

2. OCHRANA SPOTREBITEĽA V EURÓPSKEJ ÚNII

V tejto kapitole sa bližšie pozrieme na právnu úpravu a reguláciu v oblasti ochrany spotrebiteľa v Európskej únii (EÚ). V jednotlivých podkapitolách sa postupne pozrieme na históriu a vývoj regulácie v tejto oblasti v EÚ, podrobnejšie sa pozrieme na smernicu o právach spotrebiteľov doplnenú o nadväzujúce smernice a svoju pozornosť budeme venovať aj novému programu pre spotrebiteľov.

2.1. Vývoj oblasti ochrany spotrebiteľa v EÚ

Prvá zmienka o príprave programu Európskeho hospodárskeho spoločenstva zameraného na ochranu spotrebiteľa siaha do roku 1975. Od tohto roku sa spotrebiteľská politika stala jednou z kľúčových politík EÚ, ktorá sa týka bezpečnosti výrobkov, digitálneho trhu, finančných služieb, bezpečnosti a označovania potravín, energetiky, cestovania a dopravy. V posledných rokoch sa posunula od technickej harmonizácie noriem k uznaniu ochrany spotrebiteľa ako súčasťou celoeurópskeho úsilia o vytvorenie tzv. Európy pre všetkých. V právnych predpisoch EÚ neexistuje jednotná (unifikovaná) definícia spotrebiteľa a rovnako tak existujú rozdiely v tejto definícii aj medzi jednotlivými členskými štátmi EÚ (často najmä v dôsledku transpozície smerníc EÚ do vnútroštátnych právnych predpisov). Napriek viacerými právnymi predpismi, normami a smernicami EÚ pokrývajúcimi oblasť ochrany spotrebiteľa sa uvádzajú odlišné definície spotrebiteľa, ktoré sú však vo svojej podstate veľmi podobné. Väčšina súčasných smerníc EÚ definuje spotrebiteľa ako fyzickú osobu, ktorá koná mimo rámca svojej obchodnej, podnikateľskej a profesijnej činnosti. Smernice sa tiež líšia pri definovaní hospodárskej činnosti, pričom niektoré obsahujú aj konkrétne stanovenú oblasť/ktoré produkty/služby spotrebiteľ nakupuje. V práve EÚ sa pojem spotrebiteľ nevzťahuje na právnické osoby, aj keď majú nepodnikateľský charakter (nevzťahuje sa preto napr. na neziskové organizácie či občianskej združenia). V tejto súvislosti viaceré členské

štáty pri implementácii smerníc EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa pristúpili k zadefinovaniu pojmu spotrebiteľ nad rámec definovania tohto pojmu v práve EÚ.

Ako sme už uviedli, prvý osobitný program zameraný na ochranu spotrebiteľa a informačnú politiku v oblasti ochrany práv spotrebiteľov bol predstavený v EÚ v roku 1975, v ktorom bolo definovaných päť základných práv spotrebiteľov. Išlo o právo na ochranu zdravia a bezpečnosť, právo na ochranu hospodárskych záujmov (hospodárskej súťaže), právo na náhradu škody, právo na vzdelanie a právo na právne zastúpenie (alebo právo byť vypočutý). Tento program následne poslúžil ako základ pre rastúci súbor smerníc a nariadení v tejto oblasti. V súlade so zásadami subsidiarity a proporcionality sa EÚ snaží zabezpečiť primeranú a rovnocennú úroveň ochrany spotrebiteľa. Konkrétnym právnym nástrojom, ktorý EÚ používa najčastejšie, je smernica, ktorá sa neuplatňuje priamo a je potrebné ju transponovať do vnútroštátnych právnych predpisov každého členského štátu EÚ. V tejto oblasti teda EÚ neprijíma nariadenia, ktoré by boli uplatňované bez potreby ďalších opatrení zo strany členských štátov, ale vyžadovala úpravu každého vnútroštátneho práva. V súčasnosti oblasť ochrany spotrebiteľa pokrýva na úrovni EÚ približne 90 smerníc, čo vedie síce ku komplexnému pokrytiu danej oblasti, avšak nie príliš konzistentnej (rovnaká smernica môže byť rôzne transponovaná na lokálnej (vnútroštátnej) úrovni a aj samotné smernice sa môžu v niektorých oblastiach odlišovať).

2.2. Kľúčové oblasti politiky EÚ týkajúce sa ochrany spotrebiteľa

Na úvod tejto kapitoly je dôležité poznamenať, že oblasť alebo politika ochrany spotrebiteľa je považovaná za prierezovú politiku. Právne predpisy EÚ sa v tejto oblasti zaoberajú iba konkrétnymi otázkami, ako je napr. poskytovanie predzmluvných informácií alebo právo na odstúpenie od zmluvy.

Medzi základné kľúčové politiky EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa zaraďuje Valant (2015):

a) bezpečnosť produktov (z angl. product safety):

- oblasť bezpečnosti výrobkov je možné označiť za kľúčovú oblasť bezpečnosti a dôvery spotrebiteľov,
- podľa všeobecných právnych predpisov platných v EÚ musí každý výrobok určený pre spotrebiteľov uvedený na trh členského štátu EÚ obsahovať informácie potrebné pre spotrebiteľa s cieľom predchádzať potenciálnym bezpečnostným a zdravotným rizikám, je potrebné monitorovať bezpečnosť výrobku a jeho vysledovanosť,
- povinnosť vyrábať a následne uvádzať bezpečné výrobky na trh členských štátov EÚ nesú v prvom rade samotní výrobcovia,
- umiestnením označenia CE (z angl. European conformity alebo fran. Conformité européenne) na svoje výrobky samotní výrobcovia potvrdzujú, že ich výrobky sú v súlade s platnými bezpečnostnými predpismi,
 - ako uvádza na svojom webe Úrad pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo Slovenskej republiky (2021), označenie CE vzniklo pred 30 rokmi ako jeden z hlavných nástrojov podpory vnútorného trhu EÚ, pričom kladie dôraz na dodržiavanie základných požiadaviek týkajúcich sa bezpečnosti výrobkov, ochrany verejného zdravia, ochrany spotrebiteľa, ochrany životného prostredia a v určitých prípadoch aj interoperability,
 - hlavným cieľom označenia CE je harmonizovanie všetkých rozdielnych vnútroštátnych predpisov o spotrebných a priemyselných výrobkoch členských štátov EÚ za účelom podpory jednotného trhu a tým prispieť k zníženiu nákladov pre výrobcov a zvýšeniu samotnej bezpečnosti výrobkov,

- v prípade, ak nejaký výrobok predstavuje potenciálnu vážnu hrozbu pre zdravie a bezpečnosť spotrebiteľov, príslušné vnútroštátne orgány sú povinné bezodkladne informovať Európsku komisiu prostredníctvom Európskeho systému rýchleho varovania (z angl. European Rapid Alert System), aby sa zabránilo obehu nebezpečných najmä nepotravinárskych výrobkov na trhoch, najmä ich použitiu a spotrebe samotnými spotrebiteľmi,
- pre túto oblasť sú najdôležitejšími právnymi predpismi:
 - smernica 2001/95/ES Európskeho parlamentu a Rady o všeobecnej bezpečnosti smernica (z angl. general product safety) a
 - smernica Európskeho parlamentu a rady 1999/34/ES, ktorou sa dopĺňa smernica Rady 85/374/EHS o aproximácii zákonov iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa zodpovednosti za chybné výrobky,

b) digitálny trh (z angl. digital market):

- nepretržitý rozvoj a vývoj digitálnych technológií v posledných rokoch zásadne zmenil spôsob, akým spotrebiteľia začali uspokojovať svoje potreby - nárast objemu nákupov realizovaných výlučne online,
- práve vplyvom nárastu využívania online prostredia a internetu pri uspokojovaní spotrebiteľských potrieb sa ochrana spotrebiteľa na jednotnom digitálnom trhu stala jednou z hlavných priorít tvorcov európskych politík,
- hlavným cieľom tejto politiky je zohľadňovať práva a potreby spotrebiteľov v rýchlo sa meniacom digitálnom prostredí,
- kľúčovými právnymi predpismi pre túto oblasť sú:
 - smernica Európskeho parlamentu a rady 2011/83/EÚ o právach spotrebiteľov,

- smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES o klamlivej a porovnávacej reklame,
- nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov,
- smernica 2000/31/ES Európskeho parlamentu a Rady o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode),
- smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1972, ktorou sa stanovuje európsky kódex elektronických komunikácií,
- smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES týkajúca sa spracovávanía osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (smernica o súkromí a elektronických komunikáciách),
- nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 524/2013 o riešení spotrebiteľských sporov online a
- smernica Európskeho parlamentu a rady 2002/65/ES o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku,

c) finančné služby (z angl. financial services):

- ochrana spotrebiteľov v tejto oblasti je zameraná najmä na ochranu hospodárskych záujmov spotrebiteľov finančných služieb,
- oblasť finančných služieb je veľmi zložitá a predstavuje pre spotrebiteľov vážne riziká (vyplývajúce z nepochopenia jednotlivých finančných produktov (najmä úverových a dlhových) a realizovania neinformovaných rozhodnutí),

- sprísnenie regulácie zameranej na ochranu spotrebiteľov finančných služieb v poslednom období vyvolali najmä nekalé praktiky realizované poskytovateľmi finančných služieb (nedostatočné poskytovanie informácií pri propagovaní finančných produktov, zavádzajúce popisy finančných produktov a pod.),
- medzi základné právne predpisy v EÚ v tejto oblasti môžeme zaradiť:
 - smernicu Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2366 o platobných službách na vnútornom trhu,
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 924/2009 o cezhraničných platbách v Spoločenstve,
 - smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu,
 - smernica Európskeho parlamentu a Rady 2008/48/ES o zmluvách o spotrebiteľskom úvere,
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1286/2014 o dokumentoch s kľúčovými informáciami pre štrukturalizované retailové investičné produkty a investičné produkty založené na poistení (PRIIP) a
 - smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/92/EÚ o porovnateľnosti poplatkov za platobné účty, presune platobných účtov a prístupe k platobným účtom so základnými funkciami,

d) bezpečnosť jedla a jeho označovanie (z angl. food safety and labelling):

- ide o kľúčovú oblasť, v ktorej jednotlivé členské štáty i samotná Európska únia pristupujú veľmi dôsledne,
- cieľom regulácie v tejto oblasti je zabraňovanie podvodom a nekalým praktikám na trhu s potravinami, zabezpečenie jasného a spoľahlivého

označovania potravín (napr. označovanie potravinového pôvodu, ekologických výrobkov, prítomnosť geneticky modifikovaných organizmov či prítomnosť alergénov), vykonávanie prísnych hygienických noriem a kontroly na vnútornom trhu v tejto oblasti,

- medzi právne predpisy upravujúce túto oblasť môžeme zaradiť:
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1169/2011 o poskytovaní informácií o potravinách spotrebiteľom,
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 o výživových a zdravotných tvrdeniach o potravinách,
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 609/2013 o potravinách určených pre dojčatá a malé deti, potravinách na osobitné lekárske účely a celkovej náhrade stravy na účely regulácie hmotnosti,
 - nariadenie Rady (ES) č. 834/2007 o ekologickej výrobe a označovaní ekologických produktov, ktorým sa zrušuje nariadenie (EHS) č. 2092/91,
 - nariadenie (ES) č. 1830/2003 Európskeho parlamentu a Rady o sledovateľnosti a označovaní geneticky modifikovaných organizmov a sledovateľnosti potravín a krmív vyrobených z geneticky modifikovaných organizmov,
 - nariadenie Komisie (ES) č. 2023/2006 o správnych výrobných postupoch materiálov a predmetov určených na styk s potravinami a
 - smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2002/46/ES o aproximácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa potravinových doplnkov,

e) ochrana v oblasti energií (z angl. energy):

- hlavným cieľom ochrany v tejto oblasti je z pohľadu spotrebiteľov bezpečnosť pri používaní energie, zabezpečenie primeranej ceny, ktorú za dodávku

energie platia spotrebitelia a v posledných rokoch aj dôraz kladený na ekologickú produkciu energie (spojenú s ekologickou spotrebou),

- regulácia v tejto oblasti kladie dôraz na transparentnosť poskytovania informácií, ktoré spotrebiteľom uľahčia výber dodávateľa energie (zabezpečenie prístupu k porovnateľným a jasným informáciám),
- medzi právne predpisy upravujúce túto oblasť môžeme zaradiť:
 - smernicu Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/944 o spoločných pravidlách pre vnútorný trh s elektrinou a o zmene smernice 2012/27/EÚ,
 - smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2009/73/ES o spoločných pravidlách pre vnútorný trh so zemným plynom,
 - smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2012/27/EÚ o energetickej efektívnosti, ktorou sa menia a dopĺňajú smernice 2009/125/ES a 2010/30/EÚ,
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/1369, ktorým sa stanovuje rámec pre energetické označovanie a
 - smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/31/EÚ o energetickej hospodárnosti budov,

f) cestovanie, voľný čas a doprava (z angl. travel, leisure and transport):

- EÚ postupne vybuodovala súbor práv cestujúcich vo všetkých druhoch dopravy (leteckej, železničnej, vodnej, autobusovej a automobilovej) s cieľom zabezpečenia rovnakej úrovne a kvality poskytovania dopravných služieb a ochrany cestujúcich (v prípade dopravných nehôd, zrušených alebo meškajúcich spojov) bez ohľadu na to, aký spôsob dopravy využijú a bez ohľadu na ich národnosť,

- práve v tejto oblasti vplyvom rozvoja moderných digitálnych technológií a najmä rozvojom zdieľanej ekonomiky bolo potrebné v posledných rokoch prijať viacero zmien v regulácií v sektore cestovania a dopravy, aby reflektovala nové trhové riešenia,
- medzi kľúčové právne predpisy upravujúce túto oblasť môžeme zaradiť:
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 300/2008 o spoločných pravidlách v oblasti bezpečnostnej ochrany civilného letectva,
 - smernicu Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2302 o balíkoch cestovných služieb a spojených cestovných službách,
 - smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2008/122/ES o ochrane spotrebiteľov, pokiaľ ide o určité aspekty zmlúv o časovo vymedzenom užívaní ubytovacích zariadení, a o dlhodobom dovolenkovom produkte,
- v prípade regulácie sektorov leteckej, železničnej, autobusovej, vodnej a automobilovej dopravy ide o:
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 261/2004, ktorým sa ustanovujú spoločné pravidlá systému náhrad a pomoci cestujúcim pri odmietnutí nástupu do lietadla, v prípade zrušenia alebo veľkého meškania letov,
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1107/2006 o právach zdravotne postihnutých osôb a osôb so zníženou pohyblivosťou v leteckej doprave,
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1371/2007 o právach a povinnostiach cestujúcich v železničnej preprave,
 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 181/2011 o právach cestujúcich v autobusovej a autokarovej doprave a nariadenie

Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1177/2010 o právach cestujúcich v námornej a vnútrozemskej vodnej doprave.

2.3. Smernica o právach spotrebiteľov

Základným dokumentom zameraným na oblasť ochrany spotrebiteľa na EÚ úrovni je Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov (z angl. Consumer Right Directive), ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa ruší smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES (ďalej už len ako „smernica o právach spotrebiteľov“).

Táto smernica dáva spotrebiteľom rovnako silné práva v celej EÚ, pričom jej hlavným cieľom je zosúladiť a harmonizovať vnútroštátnych spotrebiteľských pravidiel naprieč všetkými členskými štátmi EÚ (napr. pokiaľ ide o informácie, ktoré musia byť spotrebiteľom poskytnuté skôr, ako si niečo kúpia alebo ich právo na zrušenie online nákupu realizovaného v ktoromkoľvek členskom štáte EÚ). Táto smernica sa vzťahuje na všetky zmluvy uzatvorené medzi spotrebiteľom a obchodníkom (predávajúcim), pričom členské štáty sa nemôžu odchyliť od smernice uložením viac alebo menej prísnych ustanovení, pokiaľ samotná smernica neustanovuje konkrétnu možnosť odchyliť sa od jej pravidiel. Smernica bola upravená a doplnená smernicou Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/2161 z 27. novembra 2019, ktorou sa menia smernice Rady 93/13/EHS a smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EÚ, pokiaľ ide o lepšie presadzovanie a modernizáciu predpisov Únie v oblasti ochrany spotrebiteľa, ktorá je súčasťou Revízie spotrebiteľského práva EÚ - nová dohoda pre spotrebiteľov (z angl. Review of EU consumer law - New Deal for Consumers). Táto iniciatíva Novej dohody pre spotrebiteľov, ktorá bola prijatá 11. apríla 2018, bola zameraná na posilnenie presadzovania spotrebiteľského práva EÚ v súvislosti s rastúcim rizikom porušovania právnych predpisov v celej EÚ a na

modernizáciu pravidiel EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa s ohľadom na vývoj na trhu. Ako sa uvádza na stránke Európskej komisie (2021) táto iniciatíva pozostáva z dvoch návrhov smerníc a jedného oznámenia:

- oznámenie COM (2018) 183 o Novej dohode so spotrebiteľom,
- návrh COM (2018) 184 o žalobách v zastúpení na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov a zrušení smernice o príkazoch na zdržanie sa konania 2009/22 / ES (ďalej len „návrh na zastupovanie žalobcov“) a
- návrh COM (2018) 185 na zmenu smernice 93/13 / EHS o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách, smernice 98/6 / ES o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľom, smernica 2005/29 / ES o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom a smernica 2011/83 / EÚ o právach spotrebiteľov („Návrh na lepšie presadzovanie a modernizáciu“).

Jednotlivé členské štáty EÚ musia transponovať smernicu do svojich vnútroštátnych právnych poriadkov najneskôr do 25. decembra 2022 a na uplatnenie vnútroštátnych ustanovení na transpozíciu smernice do 25. júna 2023.

Smernice, ktoré pokrýva a na ktoré sa vzťahuje legislatívny návrh novej dohody pre spotrebiteľov, sú nasledovné:

- smernica o nekalých obchodných praktikách (z angl. Unfair Commercial Practices Directive):
 - smernica vznikla v roku 2005 a jej cieľom bolo zvýšiť dôveru spotrebiteľov a uľahčiť realizovanie cezhraničných obchodov, najmä pre malé a stredné podniky,
 - pravidlá uvedené v tejto smernici umožňujú vnútroštátnym orgánom presadzovať práva obmedzujúce širokú škálu nekalých obchodných praktík

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

(príklady nekalých obchodných praktík zahŕňajú nepravdivé informácie pre spotrebiteľov alebo agresívne marketingové techniky, ktoré majú vplyv na ich výber),

- smernica bola zmenená a doplnená smernicou (EÚ) 2019/2161 z 27. novembra 2019 o lepšom presadzovaní a modernizácii pravidiel Únie na ochranu spotrebiteľa, ktorá je súčasťou „Novej dohody pre spotrebiteľov“,
- v máji 2016 Európska komisia predložila aktualizovanú verziu usmernenia z roku 2009 o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách, ktorej hlavným cieľom bolo uľahčiť správne uplatňovanie smernice.
- smernica o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách (z angl. The Unfair Contract Terms Directive):
 - predstavuje ochranu spotrebiteľov pred neprimeranými štandardnými zmluvnými podmienkami, ktoré ukladajú kupujúcim obchodníci (predávajúci),
 - vzťahuje sa na všetky druhy zmlúv o kúpe tovaru a služieb (napr. online alebo offline nákupy spotrebného tovaru, permanentky do fitness centier alebo zmluvy o finančných službách (napr. pôžičky),
 - táto smernica bola doplnená smernicou (EÚ) 2019/2161 z novembra 2019 o lepšom presadzovaní a modernizácii pravidiel na ochranu spotrebiteľa, ktorá bola súčasťou revízie spotrebiteľského práva EÚ prostredníctvom Novej dohody pre spotrebiteľov, čím sa zaviedla povinnosť členských štátov ustanoviť účinné sankcie v prípade porušenia zmluvných podmienok (táto smernica musí byť transponovaná do národnej legislatívy do 28. novembra 2021 a musí sa začať uplatňovať do 28. mája 2022,
 - v súvislosti s touto smernicou musíme rozlišovať dva pojmy:
 1. štandardné zmluvné podmienky (z angl. standard contract terms):

- uľahčujú obchodné transakcie a môžu byť užitočné pri stanovovaní práv a povinností zmluvných strán podľa danej zmluvy,
- oproti spotrebiteľom majú predajcovia a dodávatelia značnú výhodu tým, že vopred určujú zmluvné podmienky bez individuálneho rokovania,

2. nekalé zmluvné podmienky (z angl. unfair contract terms):

- ak sú zmluvné podmienky neprimerané, nie sú pre spotrebiteľov záväzné,
- za nekalé zmluvné podmienky môžeme označiť také podmienky, ktoré spôsobujú značnú nerovnováhu v právach a povinnostiach oboch zmluvných strán v neprospech spotrebiteľa,
- príklad podmienok, ktoré je možné podľa tejto smernice považovať za nekalé podľa článku 3 ods. 3 sú uvedené v prílohe tejto smernice.
- krajiny EÚ musia zabezpečiť, aby podľa vnútroštátneho práva existovali účinné prostriedky na presadzovanie týchto práv a zabránenie ďalšiemu používaniu neprimeraných zmluvných podmienok a praktík v čo najväčšej možnej miere,
- smernica o súdnych príkazoch na ochranu spotrebiteľských zmlúv (z angl. Injunctions directive):
 - hlavným zámerom tejto smernice bolo zaviesť pravidlá EÚ a zabezpečiť tak, aby súdne príkazy boli dostatočne účinné na zastavenie neoprávnených zásahov, ktoré sú škodlivé pre kolektívne spotrebiteľské záujmy,

- táto smernica bude od 25. júna 2023 zrušená a nahradená smernicou (EÚ) 2020/1828 o žalobách v zastúpení na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov,
- zastavenie porušovania práv spotrebiteľov môže byť realizované vydaním príkazu súdom alebo správnym orgánom, ktorým sa od niekoho vyžaduje, aby vykonal alebo sa zdržal vykonania konkrétnej akcie,
- táto smernica zaručuje ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov na vnútornom trhu,
- smernica ďalej stanovuje, že všetky krajiny EÚ majú zavedené súdne zákazy zastavenia porušovania práv spotrebiteľov EÚ,
- smernica harmonizuje niektoré aspekty súdneho príkazu z členských štátov EÚ, umožňuje oprávneným subjektom z krajín EÚ (nezávislým verejným orgánom alebo orgánom zastupujúcim práva spotrebiteľov) požiadať o súdny príkaz v inej krajine EÚ, v ktorej došlo k porušeniu,
- smernica pokrýva porušenia, ktoré poškodzujú kolektívne záujmy spotrebiteľov stanovené v smerniciach upravujúcich práva spotrebiteľov, spotrebiteľské úvery, balíky cestovných služieb a spojených cestovných službách, nekalé obchodné praktiky, nekalé podmienky v spotrebiteľských zmluvách a predaj spotrebného tovaru a súvisiace záruky,
 - smernica o právach spotrebiteľa (z angl. Consumer Rights Directive) – špecifikovaná a definovaná vyššie.
 - smernica o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi (z angl. Price indication directive):
 - hlavným cieľom tejto smernice je zabezpečiť, aby sa pri všetkých výrobkoch ponúkaných obchodníkmi spotrebiteľom uvádzala predajná cena a

- jednotková cena (cena za mernú jednotku), čo má prispieť k uľahčeniu porovnania cien tovarov samotným spotrebiteľom,
- predajná cena musí byť jednoznačná, ľahko identifikovateľná a zreteľná čitateľná,
 - predajcovia v celej EÚ musia dostatočne jasne uvádzať ceny produktov, aby spotrebiteľia mohli ľahko porovnávať ceny podobných produktov a robiť informované rozhodnutia (bez ohľadu na to, ako sú produkty zabalené alebo koľko kusov sa predáva v balení).
 - spoločnosti sú zo zákona povinné jasne uvádzať cenu pri predaji alebo inzercii produktov, ktorú bude spotrebiteľ musieť zaplatiť,
 - cena uvedená v ponuke musí obsahovať všetky dane a poplatky za doručenia (v prípade, ak môžu vzniknúť dodatočné náklady, ktoré nie je možné vypočítať vopred, musí o tom predávajúci informovať kupujúceho),
 - na základe tejto smernice vám ako občanovi členského štátu EÚ nemôže obchodník účtovať viac v prípade, že si kupujete produkt alebo službu len kvôli vašej štátnej príslušnosti alebo krajine pobytu, táto smernica bola v roku 2019 zmenená a doplnená smernicou 2019/2161 zameranou na lepšie presadzovanie a modernizáciu predpisov Únie v oblasti ochrany spotrebiteľa.

2.4. Nový program pre spotrebiteľov

V novembri 2020 prijala Európska komisia Nový program pre spotrebiteľov (z angl. New Consumer Agenda). Tento program predstavuje aktualizovaný celkový strategický rámec spotrebiteľskej politiky EÚ a zameriava sa na lepšiu pripravenosť EÚ na:

- vysporiadanie sa s novými výzvami v oblasti práv spotrebiteľov a príležitosťami na posilnenie postavenia spotrebiteľov, ktoré prinesú zelené a digitálne prechody, pandémia COVID-19 a plány na zotavenie po COVID-19,

- účinnejšiu ochranu spotrebiteľov v novej hospodárskej realite spôsobenej pandémiou COVID-19 a jej pravdepodobných následkov a
- riešenie rastúceho významu medzinárodnej spolupráce a účinného presadzovania pri zabezpečovaní práv spotrebiteľa v ére globalizácie.

Na podporu tejto iniciatívy uskutočnila Európska komisia v období od júna do októbra 2020 celoeurópsku otvorenú verejnú konzultáciu, ktorá poskytla cenné poznatky potrebné k príprave novej spotrebiteľskej agendy. Ako uvádza KPMG (2021), cieľom tohto programu je zdefinovanie prostriedkov určených na ochranu spotrebiteľa a zabezpečenie práv spotrebiteľov do takej miery, aby mohli benefitovať z jedného trhu a aby im bola umožnená participácia na zelenej a digitálnej transformácii.

Medzi 5 kľúčových oblastí Nového programu pre spotrebiteľov Európska komisia (2020) zaraďuje:

- prechod na zelenú ekonomiku alebo zelená transformácia (z angl. The green transition):
 - táto oblasť reflektuje stále narastajúcu obavu spotrebiteľov o dopady na životné prostredie a trvanlivosť výrobkov, ktoré nakupujú,
 - zároveň táto oblasť reflektuje rastúci záujem spotrebiteľov osobne prispievať k zníženiu negatívnych vplyvov na životné prostredie nákupom udržateľných výrobkov (spotrebitelia sú ochotní zaplatiť viac za výrobky s dlhšou trvanlivosťou a životnosťou),
 - keď zákazníci dostanú lepšie informácie o trvanlivosti či životnosti výrobkov, môže sa predaj najodolnejších verzií výrobkov takmer strojnásobiť,
 - lepšie informovať spotrebiteľov o vlastnostiach výrobkov z hľadiska environmentálnej udržateľnosti, ako je ich trvanlivosť, modernizácia alebo opraviteľnosť,

- opravovať výrobky a podporovať nákup produktov spĺňajúcich kritériá udržateľnosti a cirkulárnosti,
- ambíciou podpory tejto oblasti je zabezpečenie dostatočného množstva najmä spoľahlivých informácií potrebných k rozhodovaniu o udržateľnej spotrebe,
- v rámci tejto oblasti je ambíciou zlepšiť energetické informovanie poskytované spotrebiteľom stanovením minimálnych požiadaviek na informácie poskytované na účtoch za elektrickú energiu a nezávislých nástrojov na porovnávanie cien,
- kľúčovým prvkom v tejto oblasti bude aj podpora udržateľného riadenia spoločností prostredníctvom ich dlhodobého zodpovedného správania (napr. zverejňovanie environmentálnej stopy spoločnosti, zlepšenie udržateľnosti a zníženie vplyvu na životné prostredie a pod.),
- digitálna transformácia (z angl. The digital transformation):
 - táto oblasť reflektuje na narastajúci podiel spotrebiteľov, ktorí svoje potreby uspokojujú nakupovaním tovarov a služieb online (čo sa výrazne urýchlilo v poslednom roku najmä vplyvom prepuknutia pandémie COVID-19),
 - cieľom tejto oblasti je preto ochrana práv spotrebiteľov v digitálnom priestore a zabezpečenie rovnakých podmienok pre všetkých s cieľom umožnenia inovácií a výroby/poskytovania novších a lepších tovarov a služieb,
 - riešiť nové výzvy v oblasti bezpečnosti výrobkov spôsobené novými technológiami a online predajom,
 - zabezpečiť ochranu spotrebiteľa a chrániť základné práva v súvislosti s umelou inteligenciou,

- zaoberať sa obchodnými praktikami v online prostredí, ktoré nedodržiavajú práva spotrebiteľov a analyzovať, či sú potrebné ďalšie právne predpisy alebo iné kroky,
- v rámci tejto oblasti sa vymedzia nové zodpovednosti online sprostredkovateľov tovarov a služieb a posilní sa ich zodpovednosť pri zabezpečovaní ochrany samotných spotrebiteľov pred nelegálnymi produktmi, obsahom a aktivitami v online prostredí,
- zavedenie regulácie digitálnych platforiem náchylných na zlyhania trhu, čo by malo prispieť k spravodlivejšej súťaži na digitálnom trhu a pozitívne by malo ovplyvniť aj cenovú politiku (znižovanie cien), priniesť nové produkty a služby na trh a rozšíriť produktové portfólio,
- zavedenie verejnej elektronickej identity, ktorá umožní spotrebiteľom riadiť prístup a používať ich údaje bezpečným spôsobom,
- umožnenie a uľahčenie prenosu údajov spotrebiteľmi pri prechode medzi poskytovateľmi služieb a identifikácia takých poskytovateľov, ktorých služby poskytujú najväčšiu úroveň ochrany údajov,
- s cieľom posilniť ochranu spotrebiteľa v súvislosti s digitalizáciou retailových finančných služieb upraviť a revidovať smernicu o spotrebiteľských úveroch a smernicu o finančných službách poskytovaných na diaľku,
- zvýšenie dostupnosti digitálnych riešení prístupných pre osoby so zdravotným postihnutím,
- podpora spotrebiteľov pri získavaní silnej digitálnej gramotnosti a digitálnych kompetencií,
- náprava a vymáhanie práv spotrebiteľa (z angl. Redress and enforcement of consumer rights):

- pri vykonávaní nedávno aktualizovaných spotrebiteľských pravidiel podporí Európska komisia tie členské štáty, ktoré posilnia práva spotrebiteľov, zabezpečia väčšiu digitálnu spravodlivosť, prísnejšie sankcie a účinný mechanizmus kolektívneho žalovania v prípadoch hromadného poškodenia,
- podpora zavedenia elektronických nástrojov, ktoré kontrolným orgánom umožnia vykonávať online vyšetrovanie a monitorovať výrobky predávané online,
- kontinuálne predstavovanie spoločných priorít Komisiou a jednotlivými vnútroštátnymi orgánmi v oblasti presadzovania práva zamerané na riešenie problémov dodržiavania predpisov identifikovaných v rôznych odvetviach,
- riešenie špecifických potrieb spotrebiteľov (z angl. Specific needs of certain consumer groups):
 - oblasť zameraná na podporu spotrebiteľov, ktorí sú zraniteľnejší ako ostatní v dôsledku špecifických informačných potrieb (napr. deti, dôchodcovia alebo osoby so zdravotným postihnutím),
 - zlepšiť dostupnosť poradenských služieb v oblasti zadlženosti obyvateľstva v členských štátoch,
 - podpora iniciatív poskytujúcich poradenstvo spotrebiteľom, ktorí nemajú prístup k podpore alebo informáciám poskytovaným online alebo osobne (fyzicky),
 - vyžadovanie zvýšenej bezpečnostnej normy týkajúcej sa bezpečnosti výrobkov určených pre deti,
 - podpora iniciatív poskytujúcich miestne poradenstvo o spôsobe prístupu k informáciám (online aj offline formou),
- ochrana spotrebiteľa v globálnom kontexte (z angl. Global consumer protection):

- narastajúci dopyt po tovaroch produkovaných mimo Európskej únie vedie k zaisťovaniu bezpečnosti dovozu a ochrany spotrebiteľov v členských štátoch pred nekalými obchodnými praktikami používanými operátormi z krajín mimo Európskej únie,
- iniciatíva vytvorenia akčného plánu spolu s Čínou zameraného na posilnenie bezpečnosti výrobkov produkovaných v Číne pri online predaji,
- zavedenie pravidelnej výmeny informácií o nebezpečných výrobkoch s Kanadou a rozšírenie tejto výmeny informácií aj na ostatné štáty sveta,
- dôraz na rozvoj, regulačnú podporu, technickú pomoc a budovanie kapacít pre partnerské regióny EÚ vrátane Afriky.

3. OCHRANA SPOTREBITEĽA V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

V nasledujúcej kapitole budeme venovať pozornosť oblasti ochrany spotrebiteľa v Slovenskej republike. Podrobnejšie sa pozrieme na legislatívne prostredie v tejto oblasti, priblížime si inštitucionálne pokrytie ochrany spotrebiteľa a predstavíme si aj spotrebiteľské združenia pôsobiace v tejto oblasti na Slovensku, pričom si priblížime aj ich úlohu vo vzťahu k spotrebiteľom. Táto kapitola má ambíciu predstaviť základný legislatívny a inštitucionálny prehľad zákonov a inštitúcií, s ktorými sa môžu jednotlivé zainteresované strany v oblasti ochrany spotrebiteľa na Slovensku stretnúť.

3.1. Legislatívne prostredie ochrany spotrebiteľa

3.1.1. Zákon o ochrane spotrebiteľa

Základnou právnou normou upravujúcou spotrebiteľské vzťahy, t. j. práva a povinnosti predávajúcich a kupujúcich, predstavuje zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako "zákon o ochrane spotrebiteľa") zo 6. júna 2007. Od tohto dátumu prešiel tento zákon 20 novelizáciami. Predposledná novela tohto zákona bola prijatá v 21. júla 2020 zákonom č. 198/2020 Z. z., ktorým sa menia a dopĺňajú niektoré zákony v súvislosti so zlepšovaním podnikateľského prostredia zasiahnutého opatreniami na zamedzenie šírenia nebezpečnej nákazlivej ľudskej choroby COVID-19 a účinnosť nadobudla 1. januára 2021. V našej práci budeme pracovať s novelizovanou verziou zákona o ochrane spotrebiteľa na základe zákona č. 186/2021 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 199/2004 Z. z. Colný zákon a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a ktorým sa menia a dopĺňajú niektoré zákony. Zákon o ochrane spotrebiteľa sa člení na 3 články a 30 paragrafových znení, ktoré sa v článku 1 členia na úvodné ustanovenia (§ 1 až § 3), na

povinnosti predávajúceho (§ 4 až § 10), na informačné povinnosti (§ 10a až § 18a), na orgány verejnej správy (§ 19 až § 27) a na záverečné ustanovenia (§ 28 až § 30b).

Zákon o ochrane spotrebiteľa podľa § 1 upravuje práva spotrebiteľov a povinnosti výrobcov, predávajúcich, dovozcov a dodávateľov, pôsobnosť orgánov verejnej správy v oblasti ochrany spotrebiteľa, postavenie právnických osôb založených alebo zriadených na ochranu spotrebiteľa (ďalej len „združenie“) a označovanie výrobkov cenami. Vztahuje sa na predaj všetkých výrobkov (tovarov) a poskytovaných služieb na území Slovenskej republiky (prípadne ak plnenie súvisí s vykonávaním podnikateľskej činnosti na našom území). Zákon vymedzuje v § 2 niektoré základné pojmy v súvislosti s ochranou spotrebiteľa, ktoré sme si bližšie špecifikovali v 2. kapitole.

Samotný zákon o ochrane spotrebiteľa v § 3 a § 4 špecifikuje práva spotrebiteľa a povinnosti predávajúceho. Medzi základné práva spotrebiteľa patrí právo na výrobky a služby v bežnej kvalite, právo na uplatnenie reklamácie či náhradu škody v prípade, ak tovar nie je v deklarovanej kvalite alebo neplní účel, na ktorý bol vyrobený. Zároveň má spotrebiteľ právo na náhradu škody, vzdelávanie v tejto oblasti, poskytnutie relevantných informácií, ochranu svojho zdravia, bezpečnosti a svojich ekonomických záujmov. Kľúčovými právami sú aj právo na podávanie podnetov a sťažností orgánom dozoru, dohľadu a kontroly a obci pri porušení zákonom priznaných práv spotrebiteľa. Zároveň každý spotrebiteľ má podľa § 52 až § 54 Občianskeho zákonníka právo na ochranu pred neprijateľnými podmienkami v spotrebiteľských zmluvách. Veľmi často využívaným právom zo strany spotrebiteľov je aj právo združovať sa spolu s inými spotrebiteľmi v združeniach a prostredníctvom týchto združení v súlade so zákonom chrániť a presadzovať oprávnené záujmy spotrebiteľov, ako aj uplatňovať práva zo zodpovednosti voči osobám, ktoré spôsobili škodu na právach spotrebiteľov. Spotrebiteľ alebo združenie (ktoré háji kolektívne záujmy spotrebiteľov) má podľa tohto zákona právo domáhať sa na súde svojho práva s cieľom ochrany svojich práv

proti poruškovi v prípade, ak boli jeho práva a povinnosti v zmysle tohto zákona porušené. S cieľom ochrany svojich spotrebiteľských práv sa môže spotrebiteľ obrátiť aj na subjekt alternatívneho riešenia sporov podľa zákona č. 391/2015 Z. z. o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej už len ako „zákon o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov“), ktorému sa budeme venovať neskôr. Túto možnosť veľmi často využívajú spotrebiteľia v záujme rýchlejšieho vyriešenia sporov. V prípade cezhraničného sporu má spotrebiteľ podľa tohto zákona právo obrátiť sa na Európske spotrebiteľské centrum, ktoré mu v rámci svojich služieb poskytne adresu na doručovanie, emailovú adresu alebo telefonický kontakt na subjekt alternatívneho riešenia sporov, ktorý je príslušný na riešenie jeho sporu.

Medzi základné povinnosti predávajúceho podľa § 4 zákona o ochrane spotrebiteľa patrí povinnosť predaja výrobkov v správnej hmotnosti, miere alebo v správnom množstve, pričom predávajúci je povinný umožniť spotrebiteľovi prekontrolovať si správnosť vyššie uvedených údajov o výrobku. Predávané výrobky a poskytované služby by mali byť v bežnej kvalite s výnimkou, kedy kvalita nie je predpísaná a v takomto prípade môže predávajúci predávať výrobky v nižšej ako bežnej kvalite, len ak spotrebiteľa upozorní na všetky rozdiely. Predávané výrobky a služby je povinný predávať za dohodnuté ceny a aj ich správne účtovať, zabezpečovať hygienické podmienky pri predaji výrobkov a poskytovaní služieb. Predávajúci je povinný ďalej dodržiavať podmienky skladovania výrobkov určené výrobcom alebo osobitným predpisom tak, aby nedošlo k ich znehodnoteniu, predviesť spotrebiteľovi výrobok, ak to povaha výrobku umožňuje, zabezpečiť predaj výrobkov a poskytovanie služieb spôsobom, ktorý umožňuje ich riadne a bezpečné použitie, poskytnúť potrebnú súčinnosť Európskemu spotrebiteľskému centru pri riešení sporu medzi spotrebiteľmi a predávajúcim a uviesť v akejkoľvek obchodnej komunikácii vrátane reklamy a marketingu tovarov a služieb pravdivý a úplný údaj o jednotkovej cene volania, jednotkovej cene krátkej textovej správy (SMS) alebo maximálne možnej cene volania či krátkej textovej správy (SMS), ktorú je

povinný spotrebiteľ za také volanie alebo krátku textovú správu (SMS) uhradiť. Predávajúci podľa zákona o ochrane spotrebiteľa nesmie ukladať spotrebiteľovi povinnosti bez právneho dôvodu, upierať mu jeho práva podľa § 3 tohto zákona a používať nekalé obchodné praktiky a neprijateľné podmienky v spotrebiteľských zmluvách. Vo vzťahu k spotrebiteľovi je predávajúci povinný dodržiavať zásadu rovnakého zaobchádzania v poskytovaní výrobkov a služieb ustanovenú zákonom č. 365/2004 Z. z. o rovnakom zaobchádzaní v niektorých oblastiach a o ochrane pred diskrimináciou a o zmene a doplnení niektorých zákonov (antidiskriminačný zákon) v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „antidiskriminačný zákon“). Predávajúci nesmie ďalej odmietnuť predáť výrobok, ktorý má vystavený alebo inak pripravený na predaj alebo odmietnuť poskytnutie služby, ktorá je v jeho prevádzkových možnostiach. Zároveň nesmie podľa zákona o ochrane spotrebiteľa viazať predaj výrobku alebo poskytnutie služby na predaj iného výrobku alebo poskytnutie inej služby (za viazanie predaja sa nepovažuje to, keď predávajúci predáva tieto výrobky alebo poskytuje tieto služby aj samostatne, prípadne je viazanie predaja podmienené technickou nemožnosťou samostatného predaja výrobkov alebo poskytovania služieb, čo na výzvu orgánu dozoru musia predávajúci povinne preukázať. Predávajúci zároveň nesmie spotrebiteľovi účtovať poplatky podľa § 4a zákona o ochrane spotrebiteľa za použitie platobného prostriedku alebo za využitie iného spôsobu platby, ako je platobný prostriedok vo výške prevyšujúcej skutočné náklady, ktoré vznikli predávajúcemu v súvislosti s používaním tohto spôsobu platby.

Podľa § 5a zákona o ochrane spotrebiteľa je neprípustné, aby zabezpečenie uspokojenia pohľadávky alebo splnenie záväzku zo spotrebiteľskej zmluvy bolo realizované dohodou o zrážkach zo mzdy alebo zmenkou a šekom (v prípade nedodržania uvedenej skutočnosti zodpovedá predávajúci za škodu, ktorú mu týmto svojím konaním spôsobil). Predávajúci zároveň nesmie vybrať spotrebiteľovi ani inak určiť osobu, ktorá má v súvislosti s uzavretím spotrebiteľskej zmluvy, plnením spotrebiteľskej zmluvy alebo zabezpečením záväzku zo spotrebiteľskej zmluvy konať v mene alebo v záujme spotrebiteľov. Ustanovenia

spotrebiteľskej zmluvy sú neplatné, ak zaväzujú spotrebiteľa vo vlastnom mene alebo v zastúpení treťou osobou uznať svoj dlh pre prípad neplnenia záväzkov vyplývajúcich zo spotrebiteľskej zmluvy. Zároveň zákon o ochrane spotrebiteľa považuje právny úkon za neplatný, ak prostredníctvom neho spotrebiteľ splnomocňuje tretiu osobu na uzavretie dohody o zabezpečení splnenia záväzku spotrebiteľa zo spotrebiteľskej zmluvy v mene spotrebiteľa.

V § 6 ďalej zákon o ochrane spotrebiteľa bližšie špecifikuje podmienky, za ktorých je možné uvádzať výrobky na trh a poskytovať služby. Podľa zákona je možné na trh uviesť, ponúkať a predávať len také výrobky, ktoré sú bezpečné (s výnimkou výrobkov dodaných ako starožitné alebo výrobky opravené alebo obnovené, pričom o tejto skutočnosti spotrebiteľa informoval). Zakazuje sa uvádzať na trh, vyrábať, dovážať, predávať a ponúkať nebezpečné napodobneniny a predávať výrobky po uplynutí doby spotreby (výrobok v posledný deň doby spotreby je povinný predávajúci stiahnuť z trhu). V prípade, ak sa predávajúci dozvie, že predal spotrebiteľovi nebezpečný výrobok, je povinný spotrebiteľa bez zbytočného odkladu o tejto skutočnosti informovať. Vyššie uvedené povinnosti sa vzťahujú rovnako na výrobcu, predávajúceho, dovozcu a dodávateľa. Spotrebiteľ má právo na vrátenie výrobku, ktorý je nebezpečný výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi alebo dodávateľovi a ten je povinný v lehote do troch pracovných dní od prevzatia výrobku vrátiť spotrebiteľovi kúpnu cenu výrobku vrátane účelne vynaložených nákladov, ktoré je spotrebiteľ povinný preukázať. Nebezpečný výrobok je výrobca alebo dovozca povinný vziať späť aj vtedy, ak spotrebiteľ nemá doklad o kúpe výrobku. Výrobca, predávajúci, dovozca alebo dodávateľ musia zistenie o uvedení nebezpečného výrobku na trh bezodkladne oznámiť orgánu dozoru a uviesť informácie o opatreniach, ktoré prijali alebo ktoré treba prijať na zabránenie ohrozenia spotrebiteľa. Podrobnosti o požiadavkách na bezpečnosť výrobku alebo služby a podrobnosti na uvádzanie výrobkov a služieb na trh ustanoví všeobecne záväzný právny predpis z dielne Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky.

Za nekalé obchodné praktiky sa podľa § 7 považujú také obchodné praktiky, ktoré sú v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti a podstatne narušujú alebo môžu podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaný. Zákon o ochrane spotrebiteľa v tomto paragrafe jasne zakazuje nekalé obchodné praktiky, a to pred, počas aj po vykonaní obchodnej transakcie vrátane prípadov spojených s plnením záväzku spotrebiteľa pri vymáhaní pohľadávky vyplývajúcej zo spotrebiteľskej zmluvy. Za nekalú obchodnú praktiku sa považuje najmä klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania podľa § 8 a agresívna obchodná praktika podľa § 9, pričom zákon o ochrane spotrebiteľa v prílohe 1 uvádza zoznam obchodných praktík, ktoré považuje bez ohľadu na okolnosti za nekalé. Obchodná praktika sa podľa § 8 považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, pretože obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom uvádza do omylu alebo môže viesť do omylu priemerného spotrebiteľa. Rovnako sa považuje obchodná praktika za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť vykonanie spotrebiteľského rozhodnutia o obchodnej transakcii, ktorú by inak spotrebiteľ neurobil. Pod agresívnou obchodnou praktikou sa podľa § 9 rozumie použitie obťažovania či nátlaku vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraného vplyvu.

Podľa § 10a je predávajúci pred uzavretím zmluvy alebo odoslaním objednávky spotrebiteľom povinný spotrebiteľovi jasným a zrozumiteľným spôsobom oznámiť hlavné vlastnosti výrobku alebo charakter služby, obchodné meno a sídlo alebo miesto podnikania predávajúceho, telefónne číslo predávajúceho (prípadne email), predajnú cenu výrobku alebo služby, platobné podmienky, dodacie podmienky, lehotu dodania tovaru alebo poskytnutia služby, informáciu o postupoch uplatňovania a vybavovania reklamácií, sťažností a podnetov spotrebiteľov. Ďalej musí poučiť spotrebiteľa o zodpovednosti predávajúceho za vady výrobku alebo služby, dať mu informáciu o existencii

a podrobnostiach záruky poskytovanej výrobcom alebo predávajúcich podľa prísnejších zásad, informáciu o dĺžke trvania zmluvy, o funkčnosti vrátane použiteľných technických ochranných opatrení na zabezpečenie elektronického obsahu, informáciu o kompatibilite elektronického obsahu s hardvérom a softvérom, ktoré sú predávajúcemu známe a informáciu o možnosti obrátiť sa na subjekt alternatívneho riešenia sporov.

Podľa § 14a je predávajúci povinný označiť výrobok predajnou cenou a jednotkovou cenou (tá nemusí byť vyznačená, ak sa zhoduje s jednotkovou cenou). Výnimku tvoria výrobky, ktoré sú poskytované ako súčasť služby alebo pri predaji na dražbe alebo predaji umeleckých diel a starožitností. Obchodné meno a sídlo predávajúceho alebo miesto podnikania fyzickej osoby, meno a priezvisko osoby zodpovednej za činnosť prevádzkarne, prevádzková doba určená pre spotrebiteľa a v prípade ubytovacích zariadení aj kategória a trieda ubytovacieho zariadenia musia byť uvedené na vhodnom a trvale viditeľnom mieste prevádzkarne podľa § 15 zákona o ochrane spotrebiteľa. Podľa § 16 je predávajúci povinný vydať spotrebiteľovi doklad o kúpe výrobku alebo o poskytnutí služby so všetkými náležitosťami, ako je obchodné meno a sídlo predávajúceho (prípadne miesto podnikania fyzickej osoby), adresa prevádzkarne, dátum predaja, názov a množstvo výrobku alebo druh služby a cena jednotlivého výrobku alebo služby vrátane celkovej ceny, ktorú spotrebiteľ zaplatil. Ak sa výrobok predáva aj s následnou dodávkou, potom musí doklad obsahovať aj miesto určenia, dátum a čas dodávky, Ak sa predáva použitý výrobok alebo upravený výrobok, prípadne výrobok s vadou alebo s obmedzenými úžitkovými vlastnosťami, musia byť tieto skutočnosti v doklade zreteľne vyznačené. V § 19 sa uvádzajú povinnosti predávajúceho vo vzťahu k informovanosti a spôsobe reklamácie zo strany spotrebiteľa. Predávajúci musí v tejto súvislosti informovať spotrebiteľa o podmienkach a spôsobe reklamácie, uviesť údaje o tom, kde je možné reklamáciu uplatniť a o vykonaní záručných prác. Spotrebiteľ môže samotnú reklamáciu uplatniť v ktorejkoľvek prevádzkarni predávajúceho, v ktorej je prijatie reklamácie možné s ohľadom na predávané výrobky alebo poskytované služby.

Orgánmi verejnej správy sa podľa § 19 rozumejú ministerstvo, obce, orgány dozoru a iné príslušné orgány podľa osobitných predpisov. Ministerstvo v tejto súvislosti najmä riadi výkon štátnej správy, vypracúva a predkladá vláde Slovenskej republiky návrh koncepcie štátnej spotrebiteľskej politiky, plní úlohu notifikačného orgánu systému pre rýchlu výmenu informácií s orgánmi Európskej únie v situácii vážneho a bezprostredného rizika pre bezpečnosť a ochranu zdravia spotrebiteľov vyplývajúceho z nepotravinárskych výrobkov, informuje príslušné orgány členských štátov o sťažnostiach na porušenie právne záväzných aktov Európskej únie v oblasti ochrany spotrebiteľa, informuje spotrebiteľov o ich právach a povinnostiach, plní úlohy jednotného úradu pre spoluprácu podľa osobitného predpisu, plní si informačné povinnosti vo vzťahu k Európskej komisii, riadi a kontroluje Slovenskú obchodnú inšpekciu.

Orgány dozoru podľa § 20 vykonávajú dozor nad dodržiavaním povinností ustanovených zákonom o ochrane spotrebiteľa, pričom ak nie je možné pôsobnosť orgánu dozoru určiť, samotný výkon dozoru a kontroly vykonáva príslušná Slovenská obchodná inšpekcia. Orgán dozoru je povinný vykonávať kontrolu bezpečnosti výrobku alebo služby a v tejto súvislosti je oprávnený vyžadovať potrebné informácie od výrobcu, predávajúceho, dovozcu alebo dodávateľa, odobrať výrobok alebo vzorku zo série výrobkov a preveriť ich bezpečnosť, posúdiť, či výrobok alebo služba uvedená na trh obsahuje upozornenia na riziká, ktoré môže použitie výrobku alebo poskytnutie služby vyvolať a pod. Orgán dozoru môže zakázať poskytnutie služby alebo uvedenie výrobku z predaja na trh, prípadne zakázať jeho predaj alebo nariadiť okamžité stiahnutie výrobku alebo služby z predaja v prípade, že výrobok alebo služby nie sú pre spotrebiteľov bezpečné. Rozsah kompetencií orgánov dozorov je veľmi široký a bližšie podrobnosti a deskripcia kompetencií je uvedená v predmetnom paragrafe príslušného zákona.

Obec podľa § 22 zákona o ochrane spotrebiteľa schvaľuje trhový poriadok, vykonáva dozor nad dodržiavaním povinností ustanovených týmto zákonom na trhoviskách a trhových miestach a objasňuje priestupky za porušenie tohto zákona pri predaji výrobkov na trhoviskách a trhových miestach, pričom na činnosť obcí na trhoviskách a trhových miestach sa v súvislosti s ochranou spotrebiteľa primerane vzťahujú ustanovenia § 20, ktoré sme uviedli vyššie.

V zákone o ochrane spotrebiteľa sa v § 23 a § 24 bližšie špecifikujú priestupky a sankcie. Pod priestupkami sa chápe to, keď niekto poškodí práva spotrebiteľa, a to porušením tohto zákona alebo osobitného predpisu na ochranu spotrebiteľa. Samotné priestupky a ich prejednávanie upravuje zákon Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o priestupkoch“). Za priestupok podľa zákona o ochrane spotrebiteľa je možné uložiť pokutu vo výške do výšky 10 000 SK (približne 331,94 €), pričom výnosy z pokút uložených za priestupky obcou sú príjmom rozpočtu obce.

Orgán dozoru uloží za porušenie povinností ustanovených zákonom o ochrane spotrebiteľa alebo právne záväznými aktmi Európskej únie výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi, dodávateľovi alebo osobe podľa § 9a alebo § 26 pokutu do 66 400 € a za opakované porušenie povinností počas 12 mesiacov pokutu vo výške až 166 000 €. V prípade, že vada na výrobku spôsobila ujmu na živote alebo zdraví, orgán dozoru uloží výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi alebo dodávateľovi, ktorá výrobok vyrobila, predala, doviezla alebo dodala pokutu do 332 000 €. Pokuta v rovnakej výške sa vzťahuje aj na takú ujmu spôsobenú vadným poskytnutím služby. V prípade, ak by výrobca, predávajúci, dovozca, dodávateľ alebo iná osoba marila, rušila alebo inak sťažovala výkon dozoru, uloží orgán dozoru poriadkovú pokutu do 1 660 €, a to aj opakovane. Pri určení samotnej výšky pokuty sa prihliada najmä na charakter protiprávneho konania, závažnosť porušenia povinnosti, spôsob a následky porušenia povinnosti. Výnosy z pokút sú príjmami štátneho rozpočtu.

Združením podľa tohto zákona chápeme právnickú osobu založenú alebo zriadenú na ochranu spotrebiteľa. Podľa § 25 predkladá združenie ministerstvu žiadosť o zaradenie do zoznamu oprávnených osôb, ktoré posúdi, či združenie vzniklo v súlade so zákonom, či sa aktívne angažuje v oblasti ochrany spotrebiteľov po dobu najmenej dvoch rokov, posúdi nezávislosť a neziskovosť združenia a vysporiadanosť všetkých záväzkov vo vzťahu k štátu. Po splnení všetkých vyššie zmienených podmienok navrhne ministerstvo Európskej komisii zaradenie tohto združenia do zoznamu oprávnených osôb. Združenie je v zmysle zákona oprávnené na základe súhlasu spotrebiteľa a predávajúceho sprostredkovať riešenie sporov medzi spotrebiteľom a predávajúcim pri vybavovaní reklamácie. Ministerstvo zo svojej úrovne podporuje združenia, ktoré sa pri výkone činností zameriavajú na ochranu práv spotrebiteľa na súde, sprostredkováva už zmienené riešenie sporov medzi spotrebiteľom a predávajúcim pri vybavovaní reklamácie, napomáha pri presadzovaní ekonomických záujmov a práv spotrebiteľov vykonávaním prieskumov vrátane prieskumu problémov spotrebiteľov a vyhodnocovaním presadzovania práv spotrebiteľov, monitoruje všeobecné zmluvné podmienky v spotrebiteľských zmluvách, iniciuje rokovania a činnosti ovplyvňujúce legislatívne úpravy v záujme ochrany práv spotrebiteľov, monitoruje implementovanie spotrebiteľskej politiky a jej uplatňovanie v praxi, vydáva periodiká a publikácie zaoberajúce sa spotrebiteľskou politikou, skúšaním výrobkov a uverejňovaním skúseností z činností združení, prevádzkuje konzultačné kancelárie poskytujúce spotrebiteľom informácie a poradenstvo a organizuje vzdelávanie v oblasti ochrany spotrebiteľa. Združenie zároveň môže podávať návrhy na vydanie predbežného opatrenia orgánu dozoru alebo návrh na začatie konania na súde vo veci ochrany práv spotrebiteľov. Zároveň môže na základe plnomocenstva zastupovať spotrebiteľa v konaniach pred štátnymi orgánmi o uplatňovaní jeho práv vrátane náhrady ujmy spôsobenej porušením práv spotrebiteľov. Podrobnejšie sa spotrebiteľským združeniam budeme venovať v nasledujúcej časti štúdie. V § 26 zákon o ochrane spotrebiteľa bližšie špecifikuje ochranu spotrebiteľa pri neoprávnenom podnikaní.

Zoznam právne záväzných aktov Európskej únie, ktoré sa prebrali do zákona o ochrane spotrebiteľa, je uvedený v prílohe č. 2 tohto zákona a ide najmä o:

- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 98/27/ES z 19. mája 1998 o súdnych príkazoch na ochranu spotrebiteľských záujmov (Mimoriadne vydanie Ú. v. EÚ, kap. 15/zv. 4; Ú. v. ES L 166, 11. 6. 1998) v znení smernice Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES z 25. mája 1999 (Mimoriadne vydanie Ú. v. EÚ, kap. 15/zv. 4; Ú. v. ES L 171, 7. 7. 1999), smernice Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 (Mimoriadne vydanie Ú. v. EÚ, kap. 13/zv. 25; Ú. v. ES L 178, 17. 7. 2000), smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/65/ES z 23. septembra 2002 (Mimoriadne vydanie Ú. v. EÚ, kap. 6/zv. 4; Ú. v. ES L 271, 9. 10. 2002), smernice Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005,
- smernicu Rady 87/357/EHS z 25. júna 1987 o harmonizácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa výrobkov, ktorých vlastnosti sa javia iné ako v skutočnosti sú a ktoré preto ohrozujú zdravie alebo bezpečnosť spotrebiteľov,
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2001/95/ES z 3. decembra 2001 o všeobecnej bezpečnosti výrobkov,
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“),
- smernicu Rady 2004/113/ES z 13. decembra 2004 o vykonávaní zásady rovnakého zaobchádzania medzi mužmi a ženami v prístupe k tovaru a službám a k ich poskytovaniu.

- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES zo 16. februára 1998 o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi,
- smernicu Rady č. 93/13/EHS z 5. apríla 1993 o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách,
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2009/22/ES z 23. apríla 2009 o súdnych príkazoch na ochranu spotrebiteľských záujmov (kodifikované znenie),
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa zrušuje smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES a
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2013/11/EÚ z 21. mája 2013 o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov, ktorou sa mení nariadenie (ES) č. 2006/2004 a smernica 2009/22/ES (smernica o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov).

3.1.2. Zákon o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho

Ďalším dôležitým právnym predpisom zameraným na ochranu spotrebiteľov je zákon č. 102/2014 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o ochrane spotrebiteľa pri predaji na diaľku“). Zákona sa v čl. 1. člení na úvodné ustanovenia (§ 1 až § 3), podmienky uzatvárania zmluvy uzavretej na diaľku a zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho (§ 4 až § 6), odstúpenie od zmluvy (§ 7 až § 10) a predajná akcia (§ 11 až § 19). Tento zákon upravuje

podľa § 1 práva spotrebiteľov a povinnosti predávajúcich pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho. Ďalej upravuje podmienky organizovania predajných akcií a predaja tovaru alebo poskytovania služieb na predajných akciách a pôsobnosť orgánov dohľadu pri kontrole dodržiavania tohto zákona. Pod zmluvou uzavretou na diaľku sa rozumie podľa § 2 zmluva medzi predávajúcim a spotrebiteľom, ktorá bola dohodnutá výlučne prostredníctvom jedného alebo viacerých prostriedkov diaľkovej komunikácie bez súčasnej fyzickej prítomnosti predávajúceho a spotrebiteľa, najmä využitím webového sídla elektronickej pošty, telefónu, faxu, adresného listu alebo ponukového katalógu. Zároveň sa v § 2 uvádzajú aj iné príklady možnosti uzavretia zmlúv na diaľku v závislosti od trhových špecifik. Podľa § 3 je predávajúci povinný pred uzavretím zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho alebo ak sa zmluva uzatvára na základe objednávky spotrebiteľa ešte pred jej samotným odoslaním, jasne a zrozumiteľne oznámiť spotrebiteľovi všetky dôležité informácie uvedené v ods. 1. písm. a) až t) § 3 zákona o ochrane spotrebiteľa pri predaji na diaľku.

Spotrebiteľ je podľa § 7 oprávnený aj bez uvedenia dôvodu odstúpiť od zmluvy uzavretej na diaľku alebo od zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho do 14. dní odo dňa prevzatia tovaru v prípade zmlúv, predmetom ktorých je predaj tovaru alebo odo dňa uzavretia zmluvy o poskytnutí služby, prípadne odo dňa uzavretia zmluvy o poskytovaní elektronického obsahu nedodávaného na hmotnom nosiči v prípade, ak predávajúci včas a riadne neposkytol spotrebiteľovi informácie o práve odstúpiť od zmluvy. Presný postup uplatnenia práv na odstúpenie od zmluvy je uvedený v § 8, na ktorý nadväzuje § 9 s povinnosťami predávajúceho pri odstúpení od zmluvy.

Predajnou akciou sa podľa § 11 až § 13 chápe akcia určená pre obmedzený počet spotrebiteľov, ktorá je organizovaná na základe pozvánky alebo iného spotrebiteľom

adresovaného oznámenia, z ktorého je zrejmé, že ide o pozvanie, a ktorej predmetom je najmä prezentácia, ponuka alebo predaj tovaru alebo poskytnutie služieb a počas ktorej alebo do 15 pracovných dní po uskutočnení ktorej dochádza k uzavretiu zmluvy so spotrebiteľom.

Dohľad nad dodržiavaním tohto zákona vykonávajú orgány štátnej správy na úseku verejného zdravotníctva a Štátna veterinárna a potravinová správa v prípade ponuky a predaja potravín, Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky a regionálne úrady verejného zdravotníctva v prípade ponuky a predaja kozmetických výrobkov a Slovenská obchodná inšpekcia v prípade ponuky a predaja výrobkov a poskytovaní služieb počas predajnej akcie alebo v súvislosti s ňou, prípadne nad inými tovarmi a službami, ktoré nie sú v gescii ostatných orgánov. V § 15 sa uvádzajú príklady správnych deliktov a výšku pokút, ktoré sa v závislosti od špecifikovaného porušenia pohybujú vo výške od 100 € do 33 000 €. Aj v prípade tohto zákona sa v prílohe č. 1 uvádzajú prebraté právne záväzné akty Európskej únie, pričom ide najmä o:

- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa zrušuje smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES,
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2013/11/EÚ z 21. mája 2013 o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov, ktorou sa mení nariadenie (ES) č. 2006/2004 a smernica 2009/22/ES (smernica o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov) a
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2302 z 25. novembra 2015 o balíkoch cestovných služieb a spojených cestovných službách, ktorou sa mení nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 a smernica

Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ a ktorou sa zrušuje smernica Rady 90/314/EHS.

3.1.3. Zákon o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov

Zákon č. 139/205 Z. z. o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov“) bol od svojho vzniku v roku 2015 novelizovaný 4-krát. Tento zákon sa skladá z 9 článkov a príloh, pričom článok 1 obsahuje časti v podobe úvodných ustanovení (§ 1 až § 30), žiadosti o zápis do zoznamu (§ 4 a § 5), zmenu údajov zapísaných v zozname a vyčiarknutie zo zoznamu (§ 6 až § 8), povinnosti subjektov alternatívneho riešenia sporov (§ 9 a § 10) a alternatívne riešenie sporov (§ 11 až § 30). Tento zákon upravuje okrem alternatívneho riešenia sporu medzi spotrebiteľom a predávajúcim vyplývajúceho zo spotrebiteľskej zmluvy alebo súvisiaceho so spotrebiteľskou zmluvou subjektom alternatívneho riešenia sporov, podmienky zápisu do zoznamu subjektov alternatívneho riešenia sporov vedeného Ministerstvom hospodárstva Slovenskej republiky, práva a povinnosti subjektov alternatívneho riešenia sporov a nimi poverených fyzických osôb, práva a povinnosti strán alternatívneho riešenia sporu, pôsobnosť Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky a iných orgánov štátnej správy v oblasti alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov a zodpovednosť a sankcie za porušenie povinnosti podľa tohto zákona. Tento zákon sa zároveň vzťahuje aj na spory medzi predávajúcim, ktorý mal ku dňu uzavretia zmluvy (alebo zmluvy uzavretej na diaľku) miesto podnikania alebo sídlo v Slovenskej republike, a spotrebiteľom s bydliskom alebo miestom obvyklého pobytu na Slovensku alebo v inom členskom štáte Európskej únie. Tento zákon sa vzťahuje aj na riešenie sporov online.

Na účely tohto zákona sa podľa § 2 pod pojmom spotrebiteľ rozumie fyzická osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej podnikateľskej

činnosti zamestnania alebo povolania a pod pojmom predávajúci osoba sa rozumie osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy koná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti či povolania alebo osoba konajúca v jej mene alebo na jej účet. Alternatívnym riešením sporu sa rozumie postup subjektu alternatívneho riešenia sporov, ktorého cieľom je dosiahnutie zmierlivého vyriešenia sporu medzi stranami sporu (ten predstavuje na jednej strane spotrebiteľ, ktorý podal návrh na začatie alternatívneho riešenia sporu a predávajúci, proti ktorému návrh smeruje). Subjektom alternatívneho riešenia sporov podľa § 3 je orgán v podobe Úradu pre reguláciu sieťových odvetví (pre spory vyplývajúce zo zmlúv o pripojení do distribučnej sústavy, distribučnej siete, o združenej dodávke elektriny a plynu, o dodávke a odbere tepla, dodávke pitnej vody a odvádzaní odpadovej vody uzatvorených so subjektmi vykonávajúcimi regulovanú činnosť), Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb (pre spory vyplývajúce zo zmlúv o poskytovaní verejných služieb zamerané na kvalitu a cenu služieb a zmlúv o poskytovaní poštových služieb, ktoré sa týkajú poštových služieb a poštového platobného styku) a Slovenská obchodná inšpekcia pre iné spory ako tie, ktoré boli uvedené vyššie a okrem sporov vyplývajúcich zo zmlúv o poskytovaní finančných služieb.

V § 4 sa uvádzajú podmienky, po splnených ktorých môže právnická osoba založená alebo zriadená na ochranu spotrebiteľa, prípadne komora zriadená zákonom alebo záujmové združenie najmenej desiatich právnických osôb, požiadať o zápis do zoznamu subjektov alternatívneho riešenia sporov. Subjekt alternatívneho riešenia sporov je podľa § 9 povinný zabezpečiť, aby ním poverené fyzické osoby spĺňali požadované podmienky počas celého obdobia, v ktorom riešia spory v jeho mene. Ide o podmienku, podľa ktorej musia byť zapísané v zozname a sú spôsobilé na právne úkony v plnom rozsahu, sú bezúhonné, dôveryhodné, majú vysokoškolské vzdelanie druhého stupňa v študijnom odbore právo a spĺňajú podmienku absolvovania odbornej praxe v oblasti riešenia sporov v trvaní aspoň jedného roka alebo majú vysokoškolské vzdelanie druhého stupňa a absolvovali odbornú

prax v oblasti riešenia sporov v trvaní aspoň troch rokov a súčasne sú so subjektom alternatívneho riešenia sporov v pracovnoprávnom vzťahu alebo štátnozamestnaneckom pomere, prípadne sú jeho členom, štatutárnym orgánom alebo členom jeho štatutárneho orgánu. Subjekt alternatívneho riešenia sporov je povinný zriadiť a zabezpečovať prevádzku a aktualizáciu webového sídla so všetkými požadovanými informáciami uvedenými v § 10. V § 11 je bližšie špecifikované právo spotrebiteľa podať žiadosť o alternatívne riešenie sporu, pričom samotnú formu a bližšiu obsahovú špecifikáciu návrhu upravuje § 12 a § 13. Podmienky a postupy začatia alternatívneho riešenia sporu špecifikuje § 14, doplnený § 15 upravujúcim súčinnosť a § 16, ktorý upravuje základné ustanovenia o alternatívnom riešení sporov. Spor je možné vyriešiť aj dohodou, ktorú upravuje v prípade záujmu o zmierlivé vyriešenie sporu § 17. Ostatné časti zákona sa venujú obsahu a podmienkam, za ktorých sa vydá odôvodnené stanovisko v § 18, možnosti odloženia návrhu § 19, formám ukončenia alternatívneho riešenia sporu § 20, spôsobu a forme doručenia písomností v § 21, nákladom alternatívneho riešenia sporu v § 22 a § 23, štátnej správe v oblasti alternatívneho riešenia sporov v § 24, dohľadu nad dodržiavaním povinností oprávnených právnických osôb v § 25, kontrole nad dodržiavaním povinností poskytnúť súčinnosť v § 26 najmä vo vzťahu k orgánom v podobe Úradu pre reguláciu sieťových odvetví, Úradu pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb a Slovenskej obchodnej inšpekcie. Správne delikty sú upravené v § 27. V súvislosti so zákonom o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov musíme spomenúť prebraný právne záväzný akt Európskej únie, konkrétne smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2013/11/EÚ z 21. mája 2013 o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov, ktorou sa mení nariadenie (ES) č. 2006/2004 a smernica 2009/22/ES (smernica o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov), ktorá je uvedená v prílohe č. 2 tohto zákona.

3.1.4. Zákon o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu

Zákon č. 161/2011 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu“) bol od roku 2011 novelizovaný 3-krát. Predmetom úpravy tohto zákona sú podľa § 1 práva spotrebiteľa a povinnosti predávajúceho týkajúce sa časovo vymedzeného užívania ubytovacích zariadení, poskytovania dlhodobých rekreačných služieb, ich výmeny a sprostredkovania ich ďalšieho predaja, náležitosti týchto spotrebiteľských zmlúv a pôsobnosť orgánov dohľadu pri kontrole dodržiavania tohto zákona. V zmysle tohto zákona rozumieme podľa § 2 pod výmenným systémom systém, prostredníctvom ktorého môže spotrebiteľ nadobudnúť právo užívať ubytovacie zariadenie alebo iné služby za to, že iným osobám dočasne poskytne prístup k právam, ktoré mu vyplývajú zo zmluvy o časovo vymedzenom užívaní ubytovacích zariadení a do ktorého sa spotrebiteľ zapája za odplatu na základe zmluvy o účasti vo výmennom systéme. Trvalým nosičom je podľa tohto zákona prostriedok, ktorý umožňuje uloženie informácií spôsobom dostupným na používanie v budúcnosti na časové obdobie zodpovedajúce účelom informácií a ktorý umožňuje presné reprodukovanie uložených informácií. Pod ubytovacím zariadením sa rozumie budova, priestor alebo plocha, v ktorom sa spotrebiteľovi poskytuje za úhradu prechodné ubytovanie a s ním spojené služby. V § 3 upravuje zákon poskytovanie informácií pred uzavretím zmluvy a reklamu, pričom v prílohách č. 1 až č. 4 sú uvedené informačné formuláre, ktoré je povinný predávajúci poskytnúť pred uzavretím zmluvy bezodplatne, jasne a zrozumiteľne spotrebiteľovi. Ide najmä o zmluvu o časovo vymedzenom užívaní ubytovacích zariadení, zmluvu o poskytovaní dlhodobých rekreačných služieb, zmluvu o sprostredkovaní ďalšieho predaja, zmluvu o sprostredkovaní ďalšieho predaja a zmluvu o účasti vo výmennom systéme. V § 4 a § 5 sú uvedené informácie a povinnosti vyplývajúce zo zmlúv o poskytovaní niektorých služieb v cestovnom ruchu. Podmienky odstúpenia od zmluvy sú uvedené v § 6 a

§ 7. Osobitné ustanovenia týkajúce sa zmlúv o poskytovaní dlhodobých rekreačných služieb vrátane platieb sú upravené v § 8. Výkon dohľadu nad dodržiavaním povinností ustanovených týmto zákonom vykonáva podľa § 9 v podobe orgánu dohľadu Slovenská obchodná inšpekcia, pričom tá má právomoc uložiť sankcie predávajúcemu, ak zistí porušenie povinností ustanovených v tomto zákone. Právne záväzné akty Európskej únie prebraté do tohto zákona predstavujú:

- smernica Európskeho parlamentu a Rady 2008/122/ES zo 14. januára 2009 o ochrane spotrebiteľov, pokiaľ ide o určité aspekty zmlúv o časovo vymedzenom užívaní ubytovacích zariadení, dlhodobom dovolenkovom produkte, ďalšom predaji a výmene a
- smernica Európskeho parlamentu a Rady 2009/22/ES z 23. apríla 2009 o súdnych príkazoch na ochranu spotrebiteľských záujmov.

3.1.5. Zákon o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu

Zákon č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o zájazdoch“) bol prijatý v roku 2018 a od tohto dátumu bol novelizovaný presne 4-krát. Predmetom úpravy tohto zákona sú podľa § 1 práva a povinnosti súvisiace s poskytovaním služieb cestovného ruchu na základe zmluvy o zájazde alebo s poskytovaním spojených služieb cestovného ruchu, ďalej pôsobnosť orgánov verejnej správy v oblasti cestovného ruchu, niektoré podmienky podnikania v cestovnom ruchu a zodpovednosť a sankcie za porušenie povinností ustanovených týmto zákonom. Podľa § 2 tohto zákona sa:

- službou cestovného ruchu rozumie preprava, ubytovanie (ktoré je prirodzenou súčasťou prepravy a nie je určené na účel bývania), prenájom motorových vozidiel

alebo dvojkolesových motorových vozidiel (na ktorých vedenie sa vyžaduje vodičské oprávnenie skupiny A) alebo iné služby cestovného ruchu, ktoré nie sú prirodzenou súčasťou služby cestovného ruchu uvedených vyššie,

- pod cestujúcim sa chápe fyzická osoba, ktorá uzatvára zmluvu o zájazde alebo zmluvy tvoriace spojené služby cestovného ruchu alebo ktorej majú byť poskytnuté služby cestovného ruchu na základe uzatvorenej zmluvy o zájazde alebo zmlúv tvoriacich spojené služby cestovného ruchu,
- obchodníkom je osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení zmluvy o zájazde alebo zmlúv tvoriacich spojené služby cestovného ruchu koná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti, a to aj prostredníctvom inej osoby, ktorá koná v jej mene alebo z jej poverenia, pričom môže ísť o cestovnú kanceláriu, cestovnú agentúru alebo poskytovateľa služieb cestovného ruchu a
- obchodníkom je osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení zmluvy o zájazde alebo zmlúv tvoriacich spojené služby cestovného ruchu koná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti, a to aj prostredníctvom inej osoby, ktorá koná v jej mene alebo z jej poverenia, pričom môže ísť o cestovnú kanceláriu, cestovnú agentúru alebo poskytovateľa služieb cestovného ruchu,

Zájazd je v § 3 definovaný ako kombinácia najmenej dvoch rôznych druhov služieb cestovného ruchu zakúpených na účel tej istej cesty. Pod pojmom spojené služby je podľa § 4 možné chápať kombináciu najmenej dvoch rôznych druhov služieb cestovného ruchu zakúpených na účel tej istej cesty, ktoré netvoria zájazd, pričom s viacerými poskytovateľmi služieb cestovného ruchu sú uzatvorené samostatné zmluvy. Zákon ďalej upravuje v § 5 prevádzkovanie cestovnej kancelárie a cestovnej agentúry, ktoré je možné na základe živnostenského oprávnenia. Cestovná kancelária je v zmysle tohto zákona obchodník, ktorý kombinuje služby cestovného ruchu na účely zostavenia zájazdu, predáva alebo ponúka na predaj zájazdu a uzatvára zmluvu o zájazde alebo sprostredkúva spojené služby cestovného

ruchu. Naproti tomu cestovná agentúra je obchodník, ktorý v rozsahu predmetu podnikania vytvára kombinácie služieb cestovného ruchu, ktoré nie sú zájazdom, ponúka a predáva ich v inej cestovnej kancelárii alebo cestovnej agentúre na účel ďalšieho predaja, ponúka a predáva služby cestovného ruchu, sprostredkúva predaj služieb cestovného ruchu pre inú cestovnú kanceláriu, cestovnú agentúru alebo iné osoby, najmä dopravcov alebo prevádzkovateľov ubytovacích zariadení, sprostredkúva predaj zájazdov pre inú cestovnú kanceláriu; zmluva o zájazde sa musí uzatvoriť v mene cestovnej kancelárie, pre ktorú sa zájazd sprostredkúva, a táto zodpovedá za plnenie zmluvy o zájazde a predáva predmety súvisiace s cestovným ruchom.

Zákon prostredníctvom § 9 a § 13 definuje aj podmienky ochrany spotrebiteľov v prípade úpadku cestovnej kancelárie. Cestovná kancelária alebo agentúra je povinná pred uzatvorením zmluvy o zájazde alebo pred zasláním ponuky, ktorej prijatie môže viesť k uzatvoreniu zmluvy o zájazde, poskytnúť cestujúcemu informácie prostredníctvom príslušného formuláru, ktorý je uvedený v zákone o zájazdoch v prílohe č. 1. v časti A alebo B, pričom poskytovanie predzmluvných informácií je bližšie špecifikované v § 14 a § 15. Zmluvou o zájazde sa cestovná kancelária podľa § 16 zaväzuje, že za dohodnutú cenu cestujúcemu obstará zájazd a cestujúci sa zaväzuje, že zaplatí dohodnutú cenu zájazdu. Súčasťou zákona o zájazdoch je aj špecifikovanie možností vykonania zmeny zmluvy o zájazde pred začatím zájazdu, odstúpenie od zmluvy o zájazde pred začatím zájazdu, definovanie zodpovednosti za poskytovanie zájazdu, náhrada škody a kontakt s cestovnou kanceláriou prostredníctvom cestovnej agentúry a povinnosť poskytnúť pomoc v § 16 až § 25. Orgánom dohľadu nad dodržiavaním povinností cestovných kancelárií a cestovných agentúr, ktorý kontroluje dodržiavanie povinností cestovných kancelárií a cestovných agentúr, je podľa § 31 Slovenská obchodná inšpekcia. Orgán dohľadu vedie a zverejňuje podľa § 30 na svojom webovom sídle aktuálny zoznam cestovných kancelárií. Súčasťou aktuálnej verzie zákona o zájazdoch sú aj prechodné ustanovenia súvisiace s mimoriadnou

situáciou týkajúcou sa ochorenia COVID-19 v § 33a. Právne prebraným právnym aktom Európskej únie je pri zákone o zájazdoch iba smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2302 z 25. novembra 2015 o balíkoch cestovných služieb a spojených cestovných službách, ktorou sa mení nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 a smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ a ktorou sa zrušuje smernica Rady 90/314/EHS.

3.1.6. Zákon o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa

Zákon č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o štátnej kontrole vnútorného trhu“) prešiel od svojho vzniku 34 novelami. Predmetom právnej úpravy tohto zákona je podľa § 1 štátna kontrola predaja výrobkov a poskytovania služieb spotrebiteľom na vnútornom trhu, štátny dozor a kontrola nad podnikaním v energetike a dohľad na trhom podľa osobitných predpisov. Ďalej je to pôsobnosť Slovenskej obchodnej inšpekcie pri kontrole vnútorného trhu, ktorá zároveň predstavuje podľa § 3 aj orgán kontroly, ochranné opatrenia a pokuty za porušenie zákona a spolupráca Slovenskej obchodnej inšpekcie s inými orgánmi verejnej správy a občianskymi združeniami. V § 2 sa bližšie špecifikuje predmet kontroly vnútorného trhu. Ďalšia časť zákona sa venuje samotnej pôsobnosti Slovenskej obchodnej inšpekcie, pričom podrobnosti o nej si rozoberieme v nasledujúcej podkapitole venovanej inštitucionálnemu pokrytiu ochrany spotrebiteľa na Slovensku. Aj v prípade zákona o štátnej kontrole vnútorného trhu evidujeme len jeden prebraný právne záväzný akt Európskej únie v podobe smernice Európskeho parlamentu a Rady 2010/30/EÚ z 19. mája 2010 o udávaní spotreby energie a iných zdrojov energeticky významnými výrobkami na štítkoch a štandardných informáciách o výrobkoch.

3.1.7. Zákon o reklame

Zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o reklame“) prešiel od prijatia 16-krát novelizáciou. Predmetom tohto zákona je podľa § 1 ustanovenie všeobecných požiadaviek na reklamu, ochranu spotrebiteľov a podnikateľov pred účinkami neprípustnej porovnávacej reklamy a pôsobnosť orgánov verejnej správy pri výkone dozoru alebo dohľadu nad dodržiavaním tohto zákona. Reklamou sa pre potreby tohto zákona rozumie podľa § 2 prevedenie, prezentácia alebo iné oznámenie v každej podobe súvisiace s obchodnou, podnikateľskou alebo inou zárobkovou činnosťou s cieľom uplatniť produkty na trhu. Ďalej sa v § 2 zákona o reklame špecifikujú pojmy ako produkt, šíriteľ reklamy, tabakový výrobok, sponzorstvo tabakového výrobku a objednávateľ reklamy, pričom súčasťou tohto paragrafu je aj deskripcia toho, čo sa za reklamu nepovažuje. Všeobecné požiadavky na reklamu sú uvedené v § 3, pričom v tomto paragrafe sa uvádza aj to, čo samotná reklama nesmie obsahovať, propagovať či prezentovať. V § 4 je porovnávacia reklama definovaná ako reklama, ktorá priamo alebo nepriamo označuje iného súťažiťa alebo jeho produkty. Prostredníctvom § 5 až § 9 zákon postupne definuje podmienky, za ktorých je možné a za ktorých je nemožné vykonávať reklamu alkoholických nápojov, tabakových výrobkov, zbraní a streliva, liekov a dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov. Dozor nad dodržiavaním tohto zákona vykonávajú podľa § 10 orgány úradnej kontroly potravín nad reklamou potravín Štátny ústav pre kontrolu liečiv, Ústav štátnej kontroly veterinárnych biopreparátov a liečiv, Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky a regionálne úrady verejného zdravotníctva, Národná banka Slovenska nad reklamou finančných služieb pre finančných spotrebiteľov a Slovenská obchodná inšpekcia. Sankcie za porušenie ustanovení tohto zákona sú bližšie špecifikované v § 11. V prílohe zákona o reklame sa uvádzajú opäť prebrané právne záväzné akty Európskej únie, konkrétne ide o:

- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2003/33/ES z 26. mája 2003 o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa reklamy a sponzorstva tabakových výrobkov,
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2004/23/ES z 31. marca 2004, ustanovujúca normy kvality a bezpečnosti pri darovaní, odoberaní, testovaní, spracovávaní, konzervovaní, skladovaní a distribúcii ľudských tkanív a buniek,
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2001/83/ES zo 6. novembra 2001 o právnych predpisoch spoločenstva týkajúcich sa liekov na humánne použitie (Ú. v. ES L 311, 28. 11. 2001) v znení smernice 2002/98/ES z 27. januára 2003 (Ú. v. EÚ L 33, 8. 2. 2003), v znení smernice Komisie 2003/63/ES z 25. júna 2003 (Ú. v. EÚ L 159, 27. 6. 2003), v znení smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/24/ES z 31. marca 2004 (Ú. v. EÚ L 136, 30. 4. 2004), v znení smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/27/ES z 31. marca 2004,
- smernicu Rady 84/450/EHS z 10. septembra 1984 o klamlivej a porovnávacej reklame (Mimoriadne vydanie Ú. v. EÚ, kap. 15/zv. 1; Ú. v. ES L 250, 19. 9. 1984) v znení smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/55/ES zo 6. októbra 1997,
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004,
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2010/30/EÚ z 19. mája 2010 o udávaní spotreby energie a iných zdrojov energeticky významnými výrobkami na štítkoch a štandardných informáciách o výrobkoch a
- smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2010/53/EÚ zo 7. júla 2010 o normách kvality a bezpečnosti ľudských orgánov určených na transplantáciu.

3.1.8. Zákon o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku

Zákon č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku“), ktorý bol od roku 2005 novelizovaný 8-krát. Predmetom úpravy tohto zákona je, ako už z názvu vyplýva, ochrana spotrebiteľa pri finančných službách poskytovaných dodávateľom prostredníctvom prostriedkov diaľkovej komunikácie na základe zmluvy na diaľku a uzavieranie zmluvy na diaľku. V § 2 sú vymedzené základné pojmy, ako je zmluva na diaľku, finančná služba, dodávateľ, spotrebiteľ, prostriedok diaľkovej komunikácie, trvanlivé médium, prevádzkovateľ, automatický volací systém, sprostredkovateľ a zmluvná pokuta. Tento zákon ďalej bližšie špecifikuje poskytovanie finančných služieb v § 3 až 10 §, v ktorých sa venuje obmedzovaniu použitia niektorých prostriedkov diaľkovej komunikácie, informovaniu spotrebiteľa pred uzavretím zmluvy na diaľku, právo na odstúpenie od zmluvy na diaľku, odplatu za finančnú službu poskytnutú pred odstúpením od zmluvy na diaľku, nevyžiadané služby, neprijateľné podmienky v zmluve na diaľku, dohľad a štátnu kontrolu a združenie spotrebiteľov a iné právnické osoby založené na ochranu spotrebiteľa. V prípade zákona o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku boli prebrané nasledovné právne záväzné akty Európskej únie, a to smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/65/ES z 23. septembra 2002 o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku a o zmene a doplnení smernice Rady 90/619/EHS a smerníc 97/7/ES a 98/27/ES a smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“).

3.2. Inštitucionálne pokrytie ochrany spotrebiteľa

Ako uvádzajú vo svojich prácach Feriančíková (2008), Janíková (2010) a Európska komisia (2021), ochranu spotrebiteľa z inštitucionálneho hľadiska rozdeľujeme na verejnoprávnu a súkromnoprávnu. Marko a Dudor (2015) uvádzajú, že inštitucionálne zabezpečenie ochrany práv spotrebiteľov je veľmi špecifické a širokospektrálne a na realizácii samotnej spotrebiteľskej politiky sa podieľa mnoho orgánov verejnej moci a verejnej správy. Ako ďalej uvádza Feriančíková (2008), medzi orgány verejnej správy pre oblasť ochrany spotrebiteľa je možné zaradiť ministerstvá, orgány dozoru a obce, čo priamo korešponduje so zákonom o ochrane spotrebiteľov. Kľúčovú úlohu v oblasti ochrany spotrebiteľa zohráva Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky, s ktorým pri realizácii spotrebiteľskej politiky veľmi úzko spolupracujú aj ďalšie ústredné orgány štátnej správy uvedené na stránke Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky (2021a), doplnené o orgány územnej samosprávy, trhového dozoru, súdnej moci, spotrebiteľské združenia a iné orgány a organizácie (napr. autorizované a notifikované osoby a pod.).

3.2.1. Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky (MH SR)

Podľa zákona č. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o organizácii činnosti vlády“) je Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky ústredným orgánom štátnej správy podľa § 6 ods. 1 písmeno g) pre ochranu spotrebiteľa s výnimkou ochrany spotrebiteľa pri poskytovaní finančných služieb a koordináciu politiky vnútorného trhu Európskej únie. Plnenie úloh spojených s ochranou spotrebiteľa spadá podľa Organizačného poriadku MH SR (2021b) pod odbor ochrany, ktorý je začlenený do priamej riadiacej pôsobnosti štátneho tajomníka. Úlohou odboru je plniť úlohy v oblasti koordinácie orgánov štátnej správy pri ochrane záujmov spotrebiteľa, zabezpečuje koncepčnú a strategickú činnosť v oblasti ochrany ekonomických záujmov spotrebiteľa a realizácie

spotrebiteľskej politiky v Slovenskej republike s výnimkou už zmienenej ochrany spotrebiteľa pri poskytovaní finančných služieb. MH SR preto plní v oblasti ochrany spotrebiteľa najmä tieto úlohy:

- koordinuje orgány štátnej správy pri ochrane záujmov spotrebiteľa,
- metodicky usmerňuje úsek hospodárskej politiky na Stálom zastúpení Slovenskej republiky pri EÚ v Bruseli v oblasti ochrany spotrebiteľa,
- usmerňuje, metodicky riadi a kontroluje činnosti Slovenskej obchodnej inšpekcie – orgán trhového dozoru,
- monitoruje činnosť občianskych združení založených na ochranu spotrebiteľa, ktoré čerpajú dotáciu zo štátneho rozpočtu prostredníctvom ministerstva a kontroluje správnosť čerpania dotácie občianskymi združeniami založenými na ochranu spotrebiteľa zo štátneho rozpočtu,
- plní funkciu Jednotného úradu pre spoluprácu medzi národnými orgánmi členských štátov, zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa,
- plní funkciu notifikačného orgánu Slovenskej republiky pre rýchlú výmenu informácií s EÚ – RAPEX,
- podieľa sa na príprave, transpozícii a implementácii legislatívy EÚ a zabezpečuje úlohy ministerstva vyplývajúce z členstva v pracovných skupinách a výboroch orgánov EÚ,
- pripravuje návrhy všeobecne záväzných právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa,
- spolupracuje s právnickými osobami založenými alebo zriadenými na ochranu práv a ekonomických záujmov spotrebiteľa,

- spolupracuje s medzinárodnými vládnymi a mimovládnymi orgánmi a inštitúciami pôsobiacimi v oblasti ochrany spotrebiteľa,
- vybavuje podnety na úseku ochrany spotrebiteľa,
- rozhoduje o odvolaniach, podnetoch na preskúmanie rozhodnutia mimo odvolacieho konania, návrhoch na povolenie obnovy konania a protestoch prokurátora proti rozhodnutiam Ústredného inšpektorátu SOI,
- zabezpečuje koncepčnú a strategickú činnosť v oblasti ochrany ekonomických záujmov spotrebiteľa a realizácie spotrebiteľskej politiky v Slovenskej republike,
- spolupracuje s ústrednými orgánmi štátnej správy, odbornými inštitúciami a mimovládnymi organizáciami v oblasti bezpečnosti nepotravinových výrobkov,
- zabezpečuje výkon štátnej správy v oblasti ochrany spotrebiteľa,
- koordinuje systém alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov a vykonáva činnosti súvisiace so zabezpečením jeho riadneho fungovania,
- plní funkciu notifikačného orgánu subjektov alternatívneho riešenia sporov voči Európskej komisii,
- podieľa sa na činnosti Komisie na posudzovanie podmienok v spotrebiteľských zmluvách a nekalých obchodných praktík predávajúcich a
- organizuje vzdelávacie semináre zamerané na oblasť ochrany spotrebiteľa.

Svoje aktivity v oblasti ochrany spotrebiteľa koordinuje MH SR na úrovni ústredných orgánov štátnej správy najmä s jednotlivými ministerstvami, Úradom pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo SR, Protimonopolným úradom SR a ostatnými orgánmi vstupujúcimi do ochrany spotrebiteľa.

3.2.2. Ústredné orgány štátnej správy realizujúce spotrebiteľskú politiku

Ministerstvo financií SR (MF SR) je ústredným orgánom štátnej správy, ktoré zodpovedá za oblasti financií, daní, poplatkov a colníctva, finančnej kontroly, vnútorného auditu a

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

vládného auditu, majetku verejnej správy vo verejnoprospešnej a nepodnikateľskej sfére, cien a cenovej kontroly (s výnimkou cien a cenovej kontroly tovarov ustanovených osobitnými zákonmi), výkon štátneho dozoru nad sociálnym poistením, starobným dôchodkovým sporením, hospodárením Sociálnej poisťovne, vrátane realizovania štátneho dozoru nad činnosťou Exportno-importnej banky SR (Eximbanka), nad dodržiavaním podmienok poskytovania štátnej prémie v stavebnom sporení a štátnych príspevkov pri hypotekárnych úveroch a Európskych záležitostiach. MF SR sa zameriava na ochranu finančných spotrebiteľov v oblastiach spotrebiteľských úverov, úverov na bývanie, základného bankového produktu a štandardného účtu, vrátane presunu účtu a venuje sa aj oblasti finančnej gramotnosti a vzdelávaniu a poskytovaniu praktických informácií pre spotrebiteľov a poskytovaniu online finančných kalkulačiek. Viac informácií o ochrane finančných spotrebiteľov nájdete na ich webe: <<https://www.mfsr.sk/sk/financie/financny-trh/ochrana-financnych-spotrebiteľov/>>

Ministerstvo dopravy a výstavby SR (MDaV SR) je ústredným orgánom štátnej správy. Do jeho pôsobností patria oblasti dráh, dopravy na dráhach, cestná doprava, pozemné komunikácie, vnútrozemské plavby a prístavy, námorná plavba, civilné letectvo, poštové služby, elektronická komunikácia, verejné práce, územné plánovanie (okrem ekologických aspektov), stavebný poriadok a vyvlastňovanie, stavebná výroba a stavebné výrobky, tvorba a uskutočňovanie bytovej politiky, poskytovanie štátnej prémie k stavebnému sporeniu a štátneho príspevku k hypotekárnym úverom, cestovný ruch, energetická hospodárnosť budov, tvorba a uskutočňovanie politiky mestského rozvoja a využívanie finančných prostriedkov z fondov Európskej únie.

Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR (MPaRV SR) je ústredným orgánom štátnej správy zodpovedným za oblasti ochrany a využívania poľnohospodárskej pôdy a lesných pozemkov, za lesné hospodárstvo a poľovníctvo, pozemkových spoločenstiev, za

výkon pozemkových úprav, plnenia reštitučných nárokov a usporiadania pozemkového vlastníctva, úloh štátnej správy závlahových systémov, odvodňovacích systémov, vydávania Kódexu správnej poľnohospodárskej praxe, zabezpečenia vypracovania a kontroly plnenia Programu poľnohospodárskych činností vo vyhlásených zraniteľných oblastiach a ich pravidelného prehodnocovania, rastlinolekárskej starostlivosti a veterinárnej starostlivosti (vrátane veterinárnej ochrany územia štátu a kontroly pri vývoze a dovoze zvierat, produktov živočíšneho a rastlinného pôvodu a pod.), úradnej kontroly v celom agropotravinovom reťazci a kontroly kvality poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov, kontroly neprimeraných podmienok v obchode s potravinami, technickej kontroly poľnohospodárskych a potravinárskych strojov a zariadení, hospodárskeho chovu rýb, komoditných búrz, poskytovaní podpôr v pôdohospodárstve a rozvoji vidieka, vydávanie povolení na výrobu liehu a spracovanie liehu v liehovarníckych závodoch a jeho uvádzanie na trh, úradnej kontroly tabakových výrobkov, vydávanie osvedčenia o oprávnení na prevádzkovanie verejného skladu, nadobúdanie vlastníctva poľnohospodárskych pozemkov, uvádzanie dreva a výrobkov z dreva na vnútorný trh, cenovú kontrolu a starostlivosť o rozvoj ekologickej poľnohospodárskej výroby.

Ministerstvo vnútra SR (MV SR) je ústredným orgánom štátnej správy realizujúcim úlohy Policajného zboru, Hasičského a záchranného zboru, pričom zároveň koordinuje vzdelávanie zamestnancov obcí a vyšších územných celkov plniacich úlohy štátnej správy.

Ministerstvo spravodlivosti SR (MS SR) je ústredným orgánom štátnej správy pre súdy a pripravuje právnu úpravu v oblasti ústavného práva, trestného práva, občianskeho práva, obchodného práva, rodinného práva, konkurzného práva a medzinárodného práva súkromného. V rozsahu a spôsobom ustanoveným zákonom vykonáva správu súdov v oblasti personálnej, finančnej, organizačnej a ekonomickej a plní ďalšie úlohy podľa zákona. MS SR ďalej zodpovedá za prípravu právnej úpravy v oblasti ústavného práva, trestného práva,

občianskeho práva, obchodného práva, rodinného práva, konkurzného práva a medzinárodného práva súkromného, vykonáva štátny dohľad nad činnosťou Slovenskej komory exekútorov, nad činnosťou Notárskej komory Slovenskej republiky, v zákonom ustanovenom rozsahu nad činnosťou súdnych exekútorov a nad činnosťou notárov, vykonáva v zákonom ustanovenom rozsahu kontrolu nad dodržiavaním podmienok organizovania a priebehu dobrovoľných dražieb, vykonáva v zákonom ustanovenom rozsahu kontrolu nad zriaďovateľmi stálych rozhodcovských súdov, stálymi rozhodcovskými súdmi, rozhodcami a disciplinárnu právomoc nad rozhodcami oprávnenými rozhodovať spotrebiteľské spory, zabezpečuje výkon znaleckej činnosti, prekladateľskej činnosti a tlmočnickej činnosti a vydávanie Zbierky zákonov Slovenskej republiky a Obchodného vestníka, zabezpečuje zastupovanie Slovenskej republiky na Európskom súde pre ľudské práva a zastupovanie Slovenskej republiky v konaní pred Súdnym dvorom Európskej únie, zabezpečuje plnenie úloh súvisiacich s členstvom Slovenskej republiky v Eurojuste, zabezpečuje tvorbu a uskutočňovanie štátnej politiky a koordináciu plnenie úloh v oblasti ľudských práv.

Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR (MPSVaR SR) je ústredným orgánom štátnej správy pre pracovnoprávne vzťahy vrátane odmeňovania, náhrad výdavkov pri výkone práce, minimálnej mzdy, kolektívneho vyjednávania a tvorby a čerpania sociálneho fondu, právne vzťahy volených funkcionárov orgánov územnej samosprávy vypracovávaním návrhov politik a koncepcií, zodpovedá za stratégiu zamestnanosti, koordinácie jej tvorby a politiky trhu práce, ďalej za bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci a inšpekciu práce a nelegálnu prácu či zamestnávanie, zodpovedá za oblasť sociálneho poistenia, náhradu príjmu pri dočasnej pracovnej neschopnosti zamestnanca, starobného dôchodkového sporenia a doplnkového dôchodkového sporenia, za oblasť sociálnych vecí a rodiny na úseku rodinnej politiky a štátnych sociálnych dávok, sociálnych služieb a podpory sociálneho začlenenia fyzickej osoby s ťažkým zdravotným postihnutím do spoločnosti, sociálnej inklúzie a pomoci

v hmotnej núdzi a sociálnoprávnej ochrany detí a sociálnej kurately a v neposlednom rade za oblasť politiky rodovej rovnosti a rovnosti príležitostí,

Ministerstvo zdravotníctva SR (MZ SR) je ústredným orgánom štátnej správy pre zdravotnú starostlivosť, ochranu zdravia, verejné zdravotné poistenie, ďalšie vzdelávanie zdravotníckych pracovníkov, prírodné liečebné kúpele, prírodné liečivé zdroje, prírodné minerálne vody, cenovú politiku v oblasti cien výrobkov, služieb a výkonov v zdravotníctve a v oblasti cien nájmu nebytových priestorov v zdravotníckych zariadeniach a zodpovedá aj za kontrolu zákazu biologických zbraní.

Ministerstvo kultúry SR (MK SR) je ústredným orgánom štátnej správy zodpovedným za štátny jazyk, ochranu pamiatkového fondu, kultúrne dedičstvo a knihovníctvo, umenie, autorské právo a práva súvisiace s autorským právom, osvetovú činnosť a ľudovú umeleckú výrobu, prezentáciu slovenskej kultúry v zahraničí, vzťahy s cirkvami a náboženskými spoločnosťami, médiá a audiovizíu a kultúrne aktivity zdravotne postihnutých alebo inak znevýhodnených skupín obyvateľstva.

Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR (MZVaEZ SR) je ústredným orgánom štátnej správy zodpovedným za oblasť ochrany práv a záujmov SR a jej občanov v zahraničí, za riadenie zastupiteľských úradov SR, styky s orgánmi a predstaviteľmi cudzích štátov v SR a v zahraničí, hospodárenie a nakladanie s majetkom SR v zahraničí, koordináciu prípravy a vnútroštátneho prerokovania, uzatvárania, vyhlasovania a vykonávania medzinárodných zmlúv a za kultúrnu prezentáciu SR v zahraničí.

Ministerstvo obrany SR (MO SR) je ústredným orgánom štátnej správy pre oblasť riadenia a kontroly obrany Slovenskej republiky, výstavby, riadenia a kontroly ozbrojených síl Slovenskej republiky, koordinácie činností a kontrolu orgánov štátnej správy, orgánov územnej samosprávy a iných právnických osôb pri príprave na obranu Slovenskej republiky, koordinácie obranného plánovania, zabezpečenia nedotknuteľnosti vzdušného priestoru

Slovenskej republiky, koordinácie vojenskej letovej premávky s civilnou letovou premávkou, vojenského spravodajstva a civilnej služby. MO SR ďalej zodpovedá a aktívne zabezpečuje správu vojenských obvodov a vojenských lesov.

Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR (MIRRa SR) je ústredným orgánom štátnej správy pre oblasť riadenia, koordináciu a dohľad nad využívaním finančných prostriedkov z fondov Európskej únie, pre oblasť informatizácie spoločnosti, oblasť investícií a oblasť regionálneho rozvoja.

Do tejto kategórie orgánov patrí aj Úrad pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo SR (ÚNMS SR), ktorý je rovnako ústredným orgánom štátnej správy s horizontálnou pôsobnosťou zodpovedným za koordináciu a prenášanie požiadaviek rezortov na tvorbu technických riešení, existenciu notifikovaných slovenských orgánov ako partnera pre podnikateľské subjekty, ale aj pre orgány trhového dozoru a za sprostredkovanie informácií o návrhoch technických noriem a predpisov iných členských krajín, t. j. sprostredkovateľa medziúniijného pripomienkového konania k návrhom vnútroštátnych právnych úprav.

3.2.3. Organizácie vstupujúce do ochrany spotrebiteľa

Medzi tieto organizácie zaraďujeme Slovenskú obchodnú inšpekciu (SOI), obce a mestá, Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky (ÚVZ), Štátnu energetickú inšpekciu (ŠEI), Úrad pre reguláciu sieťových odvetví (ÚRSO), Štátny ústav na kontrolu liečiv (ŠUKL), Štátnu veterinárnu a potravinovú správu SR (ŠVPS SR), Poštový regulačný úrad, Telekomunikačný úrad SR, Radu pre vysielanie a retransmisiu, Národnú banku Slovenska (NBS), Colné riaditeľstvo SR (CR SR), Slovenskú inšpekciu životného prostredia (SIŽP) a Slovenský metrologický inšpektorát (SMI). Rovnako tak sem môžeme zaradiť súdy či subjekty právnej pomoci (ako napr. Centrum právnej pomoci prípadne Slovenskú advokátsku komoru) a niektoré výskumné a skúšobné orgány (napr. Slovenskú akadémiu vied, Technický skúšobný ústav Piešťany, Elektrotechnický výskumný a projektový ústav, a.s., Výskumný

ústav spracovania a aplikácie plastických látok – VÚSAPL, a.s., Výskumný ústav spojov, Výskumný ústav chemických vlákien – VÚCHV a pod.).

Medzi najdôležitejšie organizácie zaraďujeme Slovenskú obchodnú inšpekciu, ktorá predstavuje orgán štátnej kontroly vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa s celoslovenskou pôsobnosťou. Medzi jej základné úlohy a kompetencie patrí kontrola predaja výrobkov a poskytovania služieb spotrebiteľom, doplnená je o štátny dozor a kontrolu nad podnikaním v energetike podľa osobitných predpisov a dohľad nad trhom podľa osobitného predpisu. Kompetencie SOI vychádzajú zo zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa, ktorý vymedzuje jej práva a povinnosti okrem všeobecnej roviny aj vo vzťahu k osobitným predpisom upravujúcim ochranu spotrebiteľa v špecifických oblastiach. Ako sa uvádza priamo na stránke SOI (2021), tak táto organizácia kontroluje a vykonáva dozor nad dodržiavaním povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, ukladá okrem opatrení na mieste aj ochranné a predbežné opatrenia, ďalej ukladá pokuty za porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov jej dozornej pôsobnosti. Ďalej do kompetencií SOI spadá navrhovanie pozastavenia alebo zrušenia živnostenského oprávnenia, poskytuje odbornú a metodickú pomoc okresným úradom, municipalitám, združeniam spotrebiteľov a iným právnickým osobám založeným na ochranu spotrebiteľa. Spolupracuje s orgánmi štátnej a verejnej správy, spotrebiteľskými združeniami a dozornými orgánmi iných členských štátov EÚ, Európskou hospodárskou komisiou a príslušnými orgánmi OSN pri výmene informácií z oblastí trhového dozoru. Aktívne vymáha pokuty a pohľadávky od podnikateľských subjektov a fyzických osôb a zároveň informuje o nebezpečenstve ohrozenia života zdravia a majetku spotrebiteľov alebo životného prostredia predajom nebezpečných výrobkov. Medzi jej činnosti patrí aj vypracovanie a aktualizovanie Príručky o spotrebe paliva a emisiách CO² pri predaji a leasingu nových automobilov, vybavovanie podnetov a sťažností spotrebiteľov a objasňovanie priestupkov.

Od 1. februára 2016 je SOI orgánom alternatívneho riešenia sporov podľa osobitného predpisu, pričom cieľom je vytvorenie novej možnosti pre spotrebiteľov dosiahnuť vyriešenie sporu s predávajúcim rýchlo, efektívne, menej formálne a predovšetkým bezplatne (resp. s minimálnymi nákladmi).

Ako uvádza SOI (2021) na svojej webovej stránke, kontrolou vnútorného trhu SOI zisťuje:

- či sa výrobky (s výnimkou potravín, kozmetických výrobkov a liečiv) predávajú a služby poskytujú bezpečne, v zhode s technickými požiadavkami a v správnej kvalite (ktorá vyplýva zo všeobecne záväzného právneho predpisu alebo z deklarácie výrobcu),
- či sa výrobky predávajú v správnej miere, množstve, hmotnosti,
- dodržiavanie cenových predpisov,
- dodržiavanie podmienok skladovania a dopravy,
- dodržiavanie času predaja,
- používanie overených určených meradiel,
- používanie značky „e“ na spotrebiteľsky balených výrobkoch,
- označovanie výrobkov cenami,
- dodržiavanie ostatných podmienok na vykonávanie veľkoobchodnej, distribučnej či maloobchodnej činnosti pri poskytovaní služieb (najmä služieb cestovného ruchu, časovo vymedzeného užívania ubytovacích zariadení, poskytovanie dlhodobých rekreačných služieb, ubytovacích služieb a služieb informačnej spoločnosti),
- dodržiavanie povinností vzťahujúcich sa na energeticky významný výrobok,
- dodržiavanie povinností pri uvádzaní názvov textilných vlákien a pri označovaní vláknového zloženia textilných výrobkov etiketou a iným označením podľa osobitného predpisu,

- dodržiavanie povinností pri uvedení na trh a sprístupnení typu vozidla, systému, komponentu alebo samostatnej technickej jednotky na trhu.

Do ochrany vnútorného trhu spadá aj ochrana niektorých rozhlasových programových služieb a televíznych programových služieb vrátane služieb informačnej spoločnosti.

SOI ako orgán štátnej správy je podriadená MH SR, pričom sa jedná o nezávislý orgán viazaný výlučne platnými právnymi predpismi. V zmysle zákona o štátnej kontrole vnútorného trhu sa SOI člení na Ústredný inšpektorát SOI so sídlom v Bratislave a inšpektoráty, ktorých územná pôsobnosť je zhodná s územnosprávnym členením štátu (jednotlivé inšpektoráty majú sídlo v jednotlivých krajských mestách – dokopy je 8 inšpektorátov). Na čele SOI stojí ústredný riaditeľ (menovaný a odvolaný ministrom hospodárstva Slovenskej republiky) a na čele inšpektorátov stoja riaditelia (menovaní a odvolaní ústredným riaditeľom). Právnu subjektivitu má Ústredný inšpektorát SOI. Pre účely správneho konania sú inšpektoráty SOI orgánmi prvého stupňa, pričom druhostupňovým orgánom je Ústredný inšpektorát SOI.

SOI je oprávnená vydávať záväzné pokyny na odstránenie zistených nedostatkov, požadovať od kontrolovaných osôb potrebné informácie a doklady. Zároveň má právo požadovať, aby výrobky boli označené vhodným upozornením na riziká, ktoré môžu vyplývať z ich použitia. Má právo zakázať dodávku a predaj výrobkov alebo poskytovanie služieb, ktoré nezodpovedajú osobitným predpisom. Rovnako môže nariadiť účinné a okamžité stiahnutie upozornení na riziká výrobkov v prípade ohrozenia života, zdravia alebo majetku spotrebiteľa. Inšpektori pri výkone svojej činnosti majú právo vyhotovovať obrazové, zvukové a obrazovo-zvukové záznamy na zdokumentovanie zistených nedostatkov.

Zoznam platných právnych predpisov, ktoré upravujú pôsobnosť a kompetencie Slovenskej obchodnej inšpekcie k 1. 1. 2021 je uvedený na ich webovej stránke < <https://www.soi.sk/sk/SOI/Opravnenia-SOI.soi>>.

V prípade kontroly vykonanej SOI je cieľom porovnať zistený skutočný stav so stavom predpísaným, pričom vyhodnotenie porovnania je výsledkom kontroly, ktorá musí rozhodnúť, či je skutočný stav vyhovujúci alebo nevyhovujúci s ohľadom na predpísaný stav. V prípade, ak SOI pri kontrole identifikuje nedostatky, môže potom formou záväzných pokynov vyžadovať ich odstránenie vrátane ich prípadných škodlivých následkov. SOI môže nariadiť okamžité stiahnutie výrobku z trhu, prípadne ak je to potrebné, môže požadovať jeho zničenie na náklady kontrolovanej osoby. Kontrolnú činnosť môžu vykonávať len zamestnanci SOI, ktorí získali špeciálnu odbornú spôsobilosť na výkon kontroly a sú držiteľom služobného preukazu SOI, resp. tí zamestnanci a prizvané osoby, ktorým bolo vydané oprávnenie na výkon kontroly. Podrobnejšie informácie o oprávneniach a povinnostiach inšpektorov pri výkone kontroly vrátane práv a povinností kontrolovaných osôb a služobnom preukazu inšpektora sú uvedené na webovej stránke SOI v sekcii Zásady kontroly <<https://www.soi.sk/sk/SOI/zasady-kontroly.soi>> priamo v zákone č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa.

3.2.4. Alternatívne riešenie spotrebiteľských sporov

Nový systém alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov funguje na Slovensku od 1. februára 2016 a bol vytvorený zákonom č. 391/2015 Z. z. o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov. Spotrebiteľ, ktorý má problém s predávajúcim kvôli zakúpenému výrobku, sa môže obrátiť na príslušný subjekt alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov (ARSS), ktorý je zapísaný v zozname subjektov ARSS, ktorý vedie MH SR. V súčasnosti je v tomto zozname evidovaných 7 subjektov ARSS, a to konkrétne Slovenská obchodná inšpekcia, Úrad pre reguláciu sieťových odvetví, Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb, Spoločnosť ochrany spotrebiteľov (S.O.S.) Poprad, Slovenská banková asociácia, OMBUDSPOT, Združenie na ochranu práv spotrebiteľov a Slovenská asociácia poisťovní.

Subjekty zapísané v tomto zozname riešia spor mimosúdne, samotný proces je menej formálny, pričom však musia dodržať postup upravený v zákone. ARSS môžu zabezpečovať aj iné osoby (fyzické alebo právnické), ktoré riešia spotrebiteľské spory alternatívne, resp. mimosúdne, pričom ak tieto subjekty nie sú zapísané v zozname ARSS, potom nemusia dodržiavať zákon o ARSS a predávajúci nie je povinný takýmto osobám poskytnúť súčinnosť. Cieľom ARSS je nájsť kompromisné riešenie pre strany sporu a dopomôcť im tak k uzavretiu súkromnoprávnej dohody. Pokiaľ sa však strany sporu nedohodnú a porušenie práv spotrebiteľa je zjavné, subjekt vypracuje pre spotrebiteľa odôvodnené stanovisko, kde mu objasní jeho práva. Samotné stanovisko mu môže poslúžiť ako podklad na vypracovanie návrhu na začatie súdneho konania.

Existuje mnoho typov ARSS, napr. mediácia, zmierenie ,ombudsman, arbitráž a rady pre sťažnosti. V prípade, ak sa spor týka online nákupu, je možné tento spor riešiť alternatívne prostredníctvom platformy na riešenie sporov online (RSO), ktorá umožňuje podať sťažnosť orgánu ARSS v ktoromkoľvek jazyku a v ktorejkoľvek krajine EÚ. Zvyčajne sa tento proces uskutočňuje výlučne online 90 dní po zvolení orgánu ARSS a poskytuje sa zadarmo alebo za nominálny poplatok.

Viac informácií o riešení sporov online nájdete na stránke Európskej komisie <<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.consumer.rights>>. Zoznam subjektov riešenia sporov online v jednotlivých krajinách EÚ nájdete na stránke <<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2>>.

3.3. Spotrebiteľské združenia pôsobiace v oblasti ochrany spotrebiteľa na Slovensku

MH SR vedie informatívny zoznam právnických osôb založených alebo zriadených na ochranu spotrebiteľa podľa § 1 ods. 1 zákona o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch. Spotrebiteľské združenia sú občianske združenia založené alebo zriadené na ochranu spotrebiteľa, ktoré presadzujú a chránia

záujmy spotrebiteľov a pomáhajú im uplatňovať spotrebiteľské práva, a to bezodplatne. Spotrebiteľské združenia poskytujú spotrebiteľom právne poradenstvo, pomoc a podporu predovšetkým mimosúdne, avšak v krajnom prípade nie je vylúčené ani ich zastupovanie na základe plnej moci pred súdom, prípadne iným štátnym orgánom. Ako uvádza MH SR v sekcii Ochrana spotrebiteľa – Spotrebiteľské združenia, tak tento zoznam nepredstavuje komplexný a najmä úplný prehľad právnických osôb založených alebo zriadených na ochranu spotrebiteľa v SR. Právnické osoby sú v zozname vedené v tom prípade, že o to prejavia záujem (zapišu sa len na základe vlastného rozhodnutia). Údaje pri jednotlivých subjektoch sú vedené v rozsahu poskytnutom touto právnickou osobou.

Ďalej sa na webe MH SR uvádza, že so zápisom do zoznamu ani s výmazom zo zoznamu nie sú spojené žiadne konštitutívne účinky. Právnické osoby založené alebo zriadené na ochranu spotrebiteľa preto môžu vykonávať všetky činnosti v zmysle § 25 ods. 1 a 6 zákona o ochrane spotrebiteľa bez ohľadu na skutočnosť, či sú alebo nie sú vedené v tomto zozname.

Cieľom vytvorenia a vedenia tohto zoznamu je informovanie širokej spotrebiteľskej verejnosti o existujúcich spotrebiteľských združeniach a hlavných oblastiach pôsobnosti (spotrebiteľ si tak môže jednoduchšie vybrať vhodný subjekt, na ktorý sa môže obrátiť v prípade otázok či spotrebiteľského problému, ktorý potrebuje riešiť). Zároveň sú informácie z tohto zoznamu cenné aj pre MH SR, ktoré tak má prehľad o právnických osobách založených alebo zriadených na ochranu spotrebiteľa so záujmom o bližšiu spoluprácu, komunikáciu, zasielanie informácií o rôznych aktivitách, podujatiach či príprave nových právnych predpisov spojených s ochranou spotrebiteľa.

Z údajov zverejňovaných na stránke MH SR v súvislosti s pridelovaním dotácií v podobe finančných prostriedkov spotrebiteľským združeniam je možné pozorovať dva trendy. Medzi rokmi 2011 až 2021 poklesol celkový objem požadovaných finančných prostriedkov z úrovne jednotlivých spotrebiteľských združení o 31,92 %. V rovnakom sledovanom období je možné

pozorovať aj nárast objemu pridelených dotácií k schváleným žiadostiam o 28,70 %, pričom podiel sumy schválených dotácií voči celkovému objemu požadovaných dotácií vzrástol až o 89,03 % (z 19,09 % v roku 2011 na 36,08 % v roku 2021). Za negatívum v sledovanom období môžeme označiť pokles relatívneho naplnenia požiadaviek na dotáciu pri schválených žiadostiach (v roku 2011 úspešní žiadatelia dostali z požadovanej sumy dotácie až 81,31 %, pričom v roku 2021 to bolo o približne 3 p.b. menej, konkrétne 78,67 %).

Tabuľka 1 Prehľad finančných prostriedkov spotrebiteľským združeniam z MH SR medzi rokmi 2011 až 2021

	Schválená žiadosť - požadovaná suma dotácie	Schválená žiadosť - pridelená suma dotácie	Relatívne naplnenie požiadavky na dotáciu pri schválených žiadostiach	Neschválená žiadosť - požadovaná suma dotácie	Celkový objem požadovaných finančných prostriedkov v formu dotácií	Podiel sumy schválených dotácií voči celkovému objemu požadovaných dotácií
2011	86 004,00 €	69 930,00 €	81,31%	280 352,00 €	366 356,00 €	19,09%
2012	168 120,00 €	63 974,00 €	38,05%	68 000,00 €	236 120,00 €	27,09%
2013	90 000,00 €	80 000,00 €	88,89%	120 292,20 €	210 292,20 €	38,04%
2014	23 000,00 €	20 000,00 €	86,96%	83 423,84 €	106 423,84 €	18,79%
2015	28 000,00 €	20 000,00 €	71,43%	103 729,84 €	131 729,84 €	15,18%
2016	50 000,00 €	50 000,00 €	100,00%	87 500,00 €	137 500,00 €	36,36%
2017	85 037,20 €	80 000,00 €	94,08%	93 000,00 €	178 037,20 €	44,93%

2018	86 250,00 €	80 000,00 €	92,75%	146 887,50 €	233 137,50 €	34,31%
2019	146 440,00 €	80 000,00 €	54,63%	136 904,45 €	283 344,45 €	28,23%
2020	105 000,00 €	90 000,00 €	85,71%	63 200,00 €	168 200,00 €	53,51%
2021	114 400,00 €	90 000,00 €	78,67%	135 028,57 €	249 428,57 €	36,08%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov zverejnených na stránke MH SR, 2021.

Informatívny zoznam spotrebiteľských združení je aktualizovaný a zverejňovaný na stránke MH SR v sekcii Ochrana spotrebiteľa – Spotrebiteľské združenia <<https://www.mhsr.sk/obchod/ochrana-spotrebiteľa/spotrebiteľske-združenia/zoznam-spotrebiteľskych-združeni>>. K 20. júnu 2021 bolo v zozname evidovaných 29 subjektov. Ide o nasledovné subjekty:

- Asociácia spotrebiteľ v SR (www.pravaspotrebiteľa.sk) – zameriava sa na porovnávacie spotrebiteľské testy produktov a informovanie spotrebiteľov,
- Bývajme bezpečne (www.byvajmebezpecne.sk) – poradenstvo v oblasti bezpečného bývania,
- Centrum pre ochranu spotrebiteľa a pozemkových vzťahov (www.pozemkovevztahy.sk) – ochrana spotrebiteľa, prednostne v sektore poľnohospodárstva, potravinárstva, agroenvironmentu, ako aj ochrana slabšej strany najmä v oblasti právnych vzťahov k poľnohospodárskym a lesným pozemkom.
- Centrum právnej pomoci Bratislava (bez webovej stránky) – zameriava sa na ochranu spotrebiteľa, rozširovanie myšlienok a osvetu v oblasti kultúry, práva, ľudských práv, životného prostredia, športu, vedy a techniky, medzinárodných vzťahov, vzdelávanie občanov, verejnú kontrolu, pomoc občanom v oblasti práva,

ľudských práv, životného prostredia, humanitárnu, charitatívnu a dobročinnú pomoc občanom a postihnutým obetiam katastrof, živelných udalostí a vojen,

- Centrum právnej pomoci Galanta (bez webovej stránky) – zameriava sa na ochranu spotrebiteľa, rozširovanie myšlienok a osvetu v oblasti kultúry, práva, ľudských práv, životného prostredia, športu, vedy a techniky, medzinárodných vzťahov, vzdelávanie občanov, verejnú kontrolu, pomoc občanom v oblasti práva, ľudských práv, životného prostredia, humanitárnu, charitatívnu a dobročinnú pomoc občanom a postihnutým obetiam katastrof, živelných udalostí a vojen,
- Centrum právnej pomoci Martin (bez webovej stránky) – zameriava sa na ochranu spotrebiteľa, rozširovanie myšlienok a osvetu v oblasti kultúry, práva, ľudských práv, životného prostredia, športu, vedy a techniky, medzinárodných vzťahov, vzdelávanie občanov, verejnú kontrolu, pomoc občanom v oblasti práva, ľudských práv, životného prostredia, humanitárnu, charitatívnu a dobročinnú pomoc občanom a postihnutým obetiam katastrof, živelných udalostí a vojen,
- Centrum právnej pomoci Michalovce (bez webovej stránky) – ochrana a presadzovanie oprávnených záujmov spotrebiteľov, verejná kontrola, pomoc občanom v oblasti práva, organizovanie akcií a podujatí občianskeho charakteru,
- European Information Society Institute, o. z. (www.eisionline.org/index.php/sk/) – pokrýva oblasť poradenstva, vzdelávania, mimosúdneho riešenia sporov, licitačnej činnosti pred slovenskými a medzinárodnými orgánmi súdnej ochrany, výskumnej a publikačnej činnosti,
- EUROSPOREBITELIA (www.eurospotrebiteelia.eu) – zameriava sa na oblasť poradenstva, informovania spotrebiteľov, sprostredkovania riešenia sporov medzi predávajúcimi a spotrebiteľmi, vykonáva analýzy trhu a prieskumy vo veciach kvality a bezpečnosti potravín a služieb v tejto oblasti, realizuje

spotrebiteľské hodnotenie poľnohospodárskych produktov a potravín, vzdelávaciu činnosť, publicistickú a vydavateľskú činnosť,

- Iniciatíva za práva spotrebiteľov (www.iniciativazpravaspotrebitelov.sk) – zameriava sa na verejnú kontrolu spotrebiteľských a ľudských práv a slobôd, práva pacientov, životné prostredie, kultúru, šport, vedu a techniku, zraniteľné a ohrozené skupiny spotrebiteľov, obeť katastrof a živelných udalostí,
- Najlepšia ochrana spotrebiteľa – NOS (www.najlepsia-ochrana-spotrebiteľa.sk) – ochrana spotrebiteľov na súde, sprostredkovanie riešenia sporov medzi spotrebiteľmi a predávajúcimi pri vybavovaní reklamácie, monitorovanie všeobecných zmluvných podmienok v spotrebiteľských zmluvách,
- Nestrácaj Nádej, o. z. (bez webovej stránky) – ochrana a presadzovanie práv spotrebiteľov, ktorí uzatvorili zmluvy s bankami a nebankovými subjektmi, kolektívna ochrana spotrebiteľských práv, podávanie návrhov na začatie konania na správnom orgáne alebo na súde, zastupovanie spotrebiteľov v súdnom konaní,
- Ochrana slovenských spotrebiteľov (www.oss.sk) – všetky druhy služieb pre spotrebiteľov vo všetkých oblastiach ochrany spotrebiteľa,
- OMBUDSPOT, združenie na ochranu práv spotrebiteľov (www.ombudspot.sk) – mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov, alternatívne riešenie spotrebiteľských sporov, poradenstvo, informovanie spotrebiteľov vo všetkých oblastiach ochrany spotrebiteľa, zastupovanie spotrebiteľov pred súdmi, monitorovanie všeobecných zmluvných podmienok v spotrebiteľských zmluvách,
- OZ ZSS SOZOS (bez webovej stránky) – poradenstvo, mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov, posudzovanie spotrebiteľských zmlúv pred ich uzatvorením, vzdelávanie, osvetová činnosť, aplikácia simultánnych riešení a postupov pri uplatňovaní reklamácií, podnetov a sťažností spotrebiteľov,

- Právna pomoc poškodeným (www.mediator-judrmichnak.sk) – mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov, zastupovanie spotrebiteľov v súdnych konaniach, informovanie spotrebiteľov, šírenie osvedy, ochrana klientov nebankových subjektov, exekúcie, pomoc obetiam trestných činov a dopravných nehôd,
- Slovenské združenie ochrany práv pacientov a spotrebiteľov (bez webovej stránky) – zameriava sa na oblasť bezpečnosti potravín a zdravotníctva,
- Spoločnosť ochrany spotrebiteľov (S.O.S.), Poprad (www.sospotrebielov.sk) – mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov, poskytovanie poradenstva, vzdelávanie a informovanie spotrebiteľov, seminárna a propagačná činnosť, hodnotenie VOP predávajúcich,
- Spolok na ochranu vlastníkov automobilov – SOVA, o. z. (www.zdruzenie-sova.sk) – poradenstvo, vzdelávanie a informovanie spotrebiteľov, ktorí kupujú ojazdené automobily, vedenie databázy automobilov s upraveným počtom najazdených kilometrov,
- Spotrebiteľské právne centrum (www.chranimespotrebiteľov.sk) – poradenstvo, informovanie spotrebiteľov, spotrebiteľské vzdelávanie, mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov, zastupovanie spotrebiteľov pred súdmi,
- Úžera.org (www.zdruzenie.uzera.org) – zastupovanie spotrebiteľov na súdoch, kolektívna ochrana spotrebiteľov na súdoch, spotrebiteľské vzdelávanie,
- Zemplín – S (bez webovej stránky) – zastupovanie spotrebiteľov na súdoch, vzdelávanie občanov v oblasti spotrebiteľského práva,
- Združenie bratislavských spotrebiteľov (bez webovej stránky) – spotrebiteľské vzdelávanie, informovanie spotrebiteľov, zastupovanie spotrebiteľov pred súdmi,
- Združenie FÉNIX (www.fenixzdruzenie.sk) – ochrana a presadzovanie práv spotrebiteľov, ktorí uzatvorili zmluvy s bankami a nebankovými subjektmi,

kolektívna ochrana spotrebiteľských práv, podávanie návrhov na začatie konania na správnom orgáne alebo na súde, zastupovanie spotrebiteľov v súdnom konaní, vzdelávacia a lektorská činnosť, publikačná činnosť,

- Združenie na ochranu práv občana AVES (bez webovej stránky) – zastupovanie spotrebiteľov pred súdmi, mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov, poradenstvo, informovanie spotrebiteľov, spotrebiteľské vzdelávanie, posudzovanie spotrebiteľských zmlúv pred ich uzavretím, zastupovanie pri uzatváraní spotrebiteľských zmlúv,
- Združenie občianskej sebaobrany (bez webovej stránky) – ZOS sa prioritne zaoberá programovou službou RTVS, vyjadruje sa alebo aj rieši, napr. celoplošné poškodzovanie spotrebiteľa (ak nastane u niektorého poskytovateľa služby, napr. v zmluvách, cenách, klamlivej reklame), pri stanovovaní cien energií ÚRSO-m alebo právnymi nedostatkami a nejasnosťami v zákonoch,
- Združenie slovenských spotrebiteľov (www.zss.sk) – poradenstvo, mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov, spotrebiteľské vzdelávanie, zastupovanie spotrebiteľov pred súdmi,
- Združenie spotrebiteľov poisťných produktov (www.zspp.sk) – monitoring všeobecných poisťných podmienok, zmluvných dojednaní a praktík poisťovní, ochrana a presadzovanie práv spotrebiteľov poisťných produktov, mimosúdne riešenie sporov s poisťovňami, zastupovanie poistených a poškodených v súdnych konaniach, vzdelávanie obyvateľstva,
- Združenie spotrebiteľov Považia a západného Slovenska (bez webovej stránky) – poradenstvo, mimosúdne riešenie spotrebiteľských sporov, spotrebiteľské vzdelávanie, zastupovanie spotrebiteľov pred súdmi.

Európske spotrebiteľské centrum (ESC) poskytuje bezplatnú pomoc pre spotrebiteľov, ktorí majú problémy s cezhraničnými nákupmi v EÚ, na Islande, v Nórsku alebo vo Veľkej Británii.

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

Sieť európskych spotrebiteľských centier (sieť ESC) pozostáva z 30 centier vo všetkých 27 členských štátoch EÚ, na Islande v Nórsku a vo Veľkej Británii. Centrá ponúkajú bezplatné informácie, poradenstvo a pomoc spotrebiteľom, ktorí majú v rámci siete problémy s cezhraničnými transakciami v inej krajine. Sieť pomáha občanom zaistiť, aby sa ich práva spotrebiteľa rešpektovali a aby využívali výhody vnútorného trhu. Poslaním siete ESC je poskytovanie bezplatnej pomoci a poradenstva spotrebiteľom, ktorí majú problém s cezhraničnými nákupmi. Poslaním ESC je zaistiť, aby právne predpisy upravujúce cezhraničné nákupy správne chápali a rešpektovali. Zároveň je cieľom zaistiť správne chápanie a rešpektovanie právnych predpisov upravujúcich cezhraničné nákupy. V prípade sporov medzi spotrebiteľmi a obchodníkmi sa sieť ESC usiluje o nájdenie kompromisov a nadviazanie vzťahov založených na dôvere, rovnakom zaobchádzaní, transparentnosti a dôvernosti. Ako sieť 30 národných centier sa sieť ESC snaží zaistiť efektívnu komunikáciu a pracovné vzťahy medzi centrami. ESC poskytuje spotrebiteľom najmä poradenstvo ohľadne práv spotrebiteľov pre oblasť nakupovania a cestovania podľa vnútroštátneho práva a práva EÚ, poskytuje praktické tipy, ako sa vyhnúť problémom, pomáha pri riešení cezhraničných reklamácií a sporov s obchodníkmi z iných členských štátov EÚ, Islandu, Nórska alebo Veľkej Británie, komunikuje s obchodníkmi pri riešení problémov, poskytuje poradenstvo ohľadne ďalších krokov (pokiaľ nie je možné zmierlivé riešenie) a napomáha s nájdením organizácie, ktorá napomôže v ďalšom riešení/konaní. Na druhej strane ESC nemá donucovaciu právomoc (nemôže prinútiť obchodníkov ku konaniu), nevystupuje v súdnom konaní ako právny zástupca a nespracuje sťažnosť v prípade, ak je jedna zo zúčastnených strán mimo EÚ, Nórska, Islandu a Veľkej Británie.

ESC je súčasťou siete Európskych spotrebiteľských centier (ECC-Net), ktoré spolupracujú pri mimosúdnom riešení cezhraničných spotrebiteľských sporov. Každé centrum je spolufinancované Európskou komisiou a domovským štátom. ECC-Net zvyšuje dôveru spotrebiteľov pri cezhraničnom nakupovaní poskytovaním bezplatných informácií

a poradenstva o spotrebiteľských právach, ako aj napomáha pri riešení cezhraničných sťažností spotrebiteľov. Etický kódex ECC-Net obsahuje popis služieb, ktoré môžu spotrebiteľia očakávať a stanovuje štandard služieb, ktoré môžu spotrebiteľia očakávať od kontaktu so sieťou ECC-Net. Všetky dôležité informácie o Európskom spotrebiteľskom centre v Slovenskej republike nájdete na stránke <https://esc-sr.sk/>.

Súčasťou oblasti spotrebiteľských združení je aj Európska poradná skupina spotrebiteľov (ECCG), ktorá je hlavným nástrojom Európskej Komisie, prostredníctvom ktorého konzultuje problematiku spotrebiteľskej ochrany s národnými a európskymi spotrebiteľskými organizáciami.

Medzi základné úlohy ECCG patrí vytváranie fóra na diskusiu o problémoch súvisiacich so záujmami spotrebiteľov, sprostredkováva názor Komisie na otázky ovplyvňujúce záujmy spotrebiteľov, radí a vedie Komisiu pri príprave politik a aktivít, ktoré ovplyvňujú spotrebiteľov, informuje komisiu o vývoji spotrebiteľskej politiky v členskom štáte a koná ako zdroj informácií o činnosti Komisie pre ďalšie národné organizácie. ECCG pozostáva z jedného zástupcu národnej spotrebiteľskej krajiny pre každú členskú krajinu. ECCG sa skladá z troch podvýborov – pre finančné služby, energie a hospodársku súťaž. Podvýbor pre hospodársku súťaž spája zástupcov spotrebiteľských organizácií zo všetkých členských krajín a tých, ktoré sa aktívne na celoeurópskej úrovni, aby dvakrát ročne diskutovali o otázkach konkurencieschopnosti a hospodárskej súťaže. Hlavným cieľom tohto podvýboru je podeliť sa o názory so zástupcami spotrebiteľov o otázkach hospodárskej súťaže, priviesť pozornosť Komisie k špecifickým problémom záujmov spotrebiteľov alebo špecifickým situáciám spotrebiteľov v danej krajine, výmena skúseností a najlepších praktík, zhromažďovanie poznatkov z dostupných expertíz týkajúcich sa hospodárskej súťaže medzi spotrebiteľskými organizáciami, získať spätnú väzbu o praktických výsledkoch uplatňovania aktivít hospodárskej súťaže na národnej i EÚ úrovni, informovať a privádzať pozornosť k súčasným

problémom hospodárskej súťaže medzi EÚ a národnými zástupcami spotrebiteľov a informovanie skupiny ECCG.

Spotrebiteľ sa pri riešení problémov môže obrátiť na spotrebiteľské rozhodcovské súdy v takých prípadoch, keď uzavrel s predávajúcim tzv. rozhodcovskú zmluvu (musí byť písomná a obsahovo oddelená od spotrebiteľskej zmluvy), teda dohodu o tom, že v prípade vzniku sporu zo spotrebiteľskej zmluvy rozhodne v rozhodcovskej zmluve určený stály rozhodcovský súd.

Stále rozhodcovské súdy sa zriaďujú na základe zákona č. 244/2002 Z. z. o rozhodcovskom konaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o rozhodcovskom konaní“). V prípade rozhodcovských súdov ide o rozhodovanie majetkových sporov vzniknutých z tuzemských a z medzinárodných obchodnoprávných a občianskoprávných vzťahov (s miestom konania v Slovenskej republike). Zoznam rozhodcovských súdov je dostupný na webovom sídle Ministerstva spravodlivosti Slovenskej republiky <<https://obcan.justice.sk/infosud-registre/-/isu-registre/zoznam/srSud>>.

Uzavretím rozhodcovskej zmluvy nie je dotknuté vaše právo podať žalobu aj na príslušný súd.

Spotrebiteľ sa môže svojich práv domáhať aj na všeobecnom súde. V prípade spotrebiteľských sporov vyplývajúcich zo spotrebiteľskej zmluvy je spotrebiteľ považovaný za „slabšiu“ stranu v konaní, z čoho mu vyplývajú viaceré zvýhodnenia týkajúce sa jeho procesných práv v konaní pred súdom a navyše bude oslobodený od súdnych poplatkov (v prípade neúspechu je spotrebiteľ povinný uhradiť trovy konania vo výške určenej v súdnom rozhodnutí, pričom si treba v tomto prípade uvedomiť, že súdne trovy môžu byť oveľa vyššie ako hodnota predmetu sporu).

4. NOVÉ TECHNOLOGIE A OCHRANA SPOTREBITEĽA

Nástup digitálnej ekonomiky je často z hľadiska významu pre dopad na život obyvateľov a podnikov pomenovaný ako štvrtá vlna priemyselnej revolúcie. Potenciál digitálnej ekonomiky sa výrazne začal ukazovať najmä počas posledných desiatich rokov najmä vplyvom rozvoja digitalizácie a informatizácie spoločnosti. Do konca roka 2020 dosiahol celkový svetový počet predplatených mobilných širokopásmových služieb úroveň viac ako 5,8 miliardy s celkovým počtom jednotlivcov aktívnych na internete na úrovni skoro štyroch miliárd ľudí (International Telecommunications Union, 2021). To predstavuje výrazné tempo rastu, ktoré poukazuje na význam tohto sektora ekonomiky a počtu príležitostí aj hrozieb, ktorým musia užívatelia týchto služieb čeliť. V praxi má tento rast používateľov digitálnej ekonomiky výrazný pozitívny vplyv na hospodársku aktivitu vo vedúcich regiónoch v oblasti digitalizácie. Len v roku 2017 vytvorili v ázijskom a tichomorskom regióne mobilné technológie a služby až 5,4 % hrubého domáceho produktu tohto regiónu, čo predstavuje 1,5 miliardy eur pridanej hodnoty v národnom hospodárstve. Zároveň sú tieto sektory zodpovedné za zamestnávanie takmer siedmich miliónov obyvateľov v tejto časti sveta (GSMA Intelligence, 2018).

Prístup ľudí k tomuto sektoru ekonomiky a k novým digitálnym riešeniam rastie každým rokom aj cez nižšie ceny smartfónov a širšie a kvalitnejšie internetové pokrytie naprieč svetom. Tento proces zvyšuje potenciál prechodu od konvenčných služieb v kamenných prevádzkach k digitálnym procesom na skvalitnenie dostupných služieb a poskytnutie inovatívnych riešení spotrebiteľom. Výsledkom zmien je aj nárast energie venovanej vývoju nových efektívnych riešení pre spotrebiteľov fungujúcich online. V súčasnosti je tento trend ešte viac umocnený vplyvom krízy spôsobenej pandémiou COVID-19, ktorá podporila raketový prechod na digitalizáciu sektorov cez kombináciu neustále napredujúcich technológií a dopytu zákazníkov, ktorý sa presunul do digitálneho prostredia. V tomto

priestore navyše očakávajú spotrebiteľia vyššiu mieru pohodlia pri vybavovaní objednávok a nižšie ceny. V tomto prostredí ale vyvstávajú nové problémy ochrany súkromia, dôvery medzi spotrebiteľom a predajcom, ako aj ich bezpečie a potenciálne zneužitie osobných údajov. Tieto aspekty ohrozujú adopciu nových technológií spotrebiteľmi a zároveň si vyžadujú reakciu zo strany verejného sektora (International Telecommunication Union, 2018).

Očakáva sa, že najbližších desať rokov až 70 % pridanej hodnoty v ekonomike bude pochádzať z digitálnych platforiem (Istomina, et al., 2020). To je potenciál, ktorý digitálne technológie v hospodárstve vedia dosiahnuť. To, či sa Európskej únii a krajinám ako Slovensko nakoniec podarí naplniť tento potenciál, bude závisieť najmä od toho, ako sa verejný sektor dokáže zhostiť úlohy vypracovania a predstavenia efektívneho systému regulácie na tieto prichádzajúce hrozby a minimalizovať negatívne dopady na inovačný sektor cez jeho zahĺtenie nadbytočnou reguláciou. Zároveň je potrebné v tomto smere odbúrať existujúcu reguláciu, ktorú robia nové technológie zastaranou. V tomto smere je potrebné koordinovať prístupy jednotlivých krajín a inšpirovať sa prístupmi dobrej praxe v konkrétnych sektoroch. V tomto smere je potrebné spoločné zadefinovanie osobných údajov. Tie sa spolu s digitálnymi technológiami výrazne rozšírili, keďže sa dnes zameriavajú nielen na základné osobné informácie (meno, adresa, rodné číslo alebo bankové informácie), ale rozširujú sa aj na informácie týkajúce sa digitálnej stopy, ktorú zanechávajú za sebou používatelia internetu svojimi nákupmi, ale aj inými návykmi. Tieto dáta sa stali súčasťou osobných informácií a k ich ochrane sa začína pristupovať rovnako citlivo.

4.1. Digitalizácia a dopady na vzťah medzi predajcami a spotrebiteľmi

Ako bolo naznačené vyššie, samotný proces digitalizácie vedie k výraznej zmene z hľadiska podnikateľských procesov, modelov a vzťahov medzi spotrebiteľmi a poskytovateľmi tovarov a služieb. Do týchto procesov vstupuje niekoľko foriem technologického pokroku,

ktoré ovplyvňujú podnikanie v oblastiach maloobchodnej ponuky tovarov a služieb. Prvým krokom v rozvoji online vzťahov medzi spotrebiteľmi a firmami bol vznik jednotlivých e-shopov, teda elektronických predajní konkrétnych firiem, ktoré umožnili zákazníkom kontaktovať podnik a objednať si tovar z pohodlia svojich domovov cez internetové pripojenie. Upustilo sa tak od potreby fyzického kontaktu medzi predajcom a nákupcom. Zároveň tento prvý krok samotných e-shopov spustil mnohé inovácie a rozvoj združených miest, kde podniky, ako aj jednotlivci mohli spolu ponúkať rôznorodý tovar a zákazník mohol medzi jednotlivými ponukami porovnávať. Z hľadiska základného prepájania sú kľúčovým aspektom pre rozvoj vzťahov medzi podnikmi a spotrebiteľmi tzv. *peer platform markets* (PPMs), teda otvorené trhoviská v online priestore, ktoré umožňujú nové formy prepojenia medzi firmami a potenciálnymi klientmi. Tieto trhoviská fungujú buď na báze konkrétneho odvetvia, alebo ponúkajú tovar a služby rôzneho druhu (OECD, 2019).

Z tejto formy inovácií vznikli nové formy aplikácií navrhnutých špeciálne pre mobilné telefóny. Tieto aplikácie boli zamerané vo väčšej miere na ponuku služieb, najmä v rámci tzv. zdieľanej ekonomiky alebo služieb tradične spájaných s konkrétnou relatívne úzkou skupinou poskytovateľov. Patrili sem napr. služby zdieľanej jazdy, ubytovania, ale aj napr. formy prehrávania filmov či seriálov z pohodlia domova v preferovanom čase. Priekopníkom v tomto smere bola služba Uber, ktorá bola ukázkovým príkladom novodobého fenoménu *two-sided app-based economy*. Základným aspektom tohto nového fenoménu je stav, kedy samotná služba nevlastní ani autá, ktoré sa využívajú na dopravu a ani nezamestnáva samotných šoférov poskytujúcich služby zákazníkom. Výsledkom je fakt, že Uber predstavil a úspešne zaviedol úplne nový podnikateľský model oproti konvenčným taxislužbám. Rovnakým spôsobom aj Airbnb vstupuje do výmeny služieb ubytovania medzi dvoma nezávislými stranami, ktoré znášajú riziká tejto výmeny (International Telecommunication Union, 2018).

Okrem samotných technológií umožňujúcich vznik digitálneho obchodu alebo trhoviska do rozvoja nových služieb, ako aj vzťahov medzi predajcom a kupujúcim vstupujú technológie Internetu vecí (z angl. Internet-of-Things – IoT), teda možnosti konektivity rôznych aspektov výrobných a predajných procesov. V praxi sa to prejavuje v podobe všadeprítomnej konektivity a prepájania inteligentných zariadení a senzorov implementovaných vo verejnej a súkromnej infraštruktúre. Tieto technológie vytvárajú sieťové prepojenia konkrétnych objektov a umožňujú cez okamžité vyhodnocovanie získaných dát zvyšovať kvality tovarov a služieb, znižovať ich kazenie, minimalizovať riziká vo výrobných procesoch, ako aj zvyšovať efektívnosť nakladania s dostupnými zdrojmi a znižovať negatívne dopady na životné prostredie. Zavádzanie technológií Internetu vecí je možné vidieť naprieč rôznymi aspektmi digitálnej infraštruktúry, od hardvérových riešení (vrátane senzorov, mikroprocesorov či meračov), komunikačných kanálov alebo softvérov až po aplikácie. Z hľadiska aplikácií sa Internet vecí využíva v podnikateľských riešeniach, technológiách Smart Cities, ako aj na monitorovanie kvality životného prostredia (Consumers International, 2016).

Z podnikateľského hľadiska tak digitalizácia predstavuje príležitosť pre podnikateľov, ako zasiahnuť oveľa širšiu skupinu záujemcov cez nové marketingové kanály. Tie zahŕňajú využívanie digitálnych portálov, cielenej reklamy, ako aj služieb online trhovísk, na ktorých sa stretávajú najväčšie skupiny záujemcov. To umožňuje podnikom využívať nové komunikačné stratégie a rozvíjať svoju reputáciu cez nové formy reklamy a prítomnosti na nových platformách. Zároveň im tieto platformy ponúkajú dosah k novým segmentom populácie, ktoré dovtedy nemali prístup k poskytovateľom v kamenných predajniach. Tieto skupiny obyvateľov zahŕňajú geograficky separované časti obyvateľstva, dôchodcov alebo telesne postihnuté obyvateľstvo. Im práve tieto technológie umožňujú často prvý raz prístup k podnikom ponúkajúcim pre nich potrebné tovary alebo služby alebo tlačia na vyššiu kvalitu a nižšiu cenu týchto tovarov či služieb. Podniky sa zároveň môžu dostať k záujemcom mimo svojho regiónu pôsobenia, čo vedie k posilneniu najmä mikro, malých a stredných podnikov.

Celkovo je teda výrazný ekonomický, ako aj sociálny benefit rozširovania využívania digitalizácie v rámci podnikateľských vzťahov.

Zároveň im procesy digitalizácie zahŕňajúce rôzne formy umelej inteligencie pomáhajú automatizovať výrobné procesy, ako aj nahradiť potrebu ponúkať svoj tovar cez kamenné predajne. To vedie k viacerým výhodám v podobe znižovania predajných nákladov, a teda nižšej ceny produktov alebo služieb pre zákazníkov. Tieto náklady sa vedia znižovať v podobe potrebnej pracovnej sily, nižšej potreby skladovania produktov, lepších výrobných alebo logistických procesov a lepších rozhodnutí procesov výroby. Digitálne technológie okrem toho umožňujú podnikom lepšie cieľiť reklamu na ľudí v núde konkrétnym tovarom alebo službou, spracovávať údaje o zákazníkoch a poskytovať efektívnejšie riešenia šité na mieru. To znamená, že táto vlna priemyselnej revolúcie na rozdiel od predošlej, ktorá bola definovaná masovou pásovou výrobou rovnakého produktu, bude umožňovať personalizáciu produktov a služieb podľa špecifických prianí či potrieb zákazníkov. Tento proces si, samozrejme, bude vyžadovať oveľa podrobnejšie informácie o preferenciách zákazníkov, čo môže viesť k potrebe zdieľania väčšieho objemu osobných informácií (ASBA a IDB Lab, 2020).

Aspekty digitalizácie ale neprinášajú len pozitíva z hľadiska vyššej miery ponuky a tlaku na konkurencieschopnosť. Procesy lepšieho prepojenia zákazníkov s poskytovateľmi prichádzajú za cenu vytvárania obchodných vzťahov s často anonymnými poskytovateľmi služieb, ktorých kvalitu alebo prípadné riziká spojené s podvodnými či nebezpečnými praktikami zistíme až v momente objednania a zaplatenia služby. Dôvodov pre tento stav je viacero. Príklady takýchto situácií vyplývajú napr. z otvorenia internetových trhovísk pre individuálnych predajcov, ktorí môžu poskytnúť poškodený tovar alebo nekvalifikovanú službu (kde nie sú členom nijakej obchodnej komory). Ďalším príkladom je fakt, že platformy zdieľanej ekonomiky nie sú zamestnávateľmi samotných poskytovateľov zdieľaných služieb (napr. ako tomu je v prípade ponuky zdieľanej jazdy alebo ubytovania). V prípade

nespokojnosti alebo sťažností zákazníkov nemajú priamu zodpovednosť okrem krajnej možnosti zablokovania konkrétneho poskytovateľa z ich platformy. Táto forma podnikateľského modelu spochybňuje tradičné spôsoby ochrany spotrebiteľa cez jeho členstvo v konkrétnom združení, ktoré má pravidlá a podmienky vstupu. To môže chrániť spotrebiteľov garantovaním minimálnych kvalifikácií poskytovateľov združených v cechu alebo spoluposkytovateľov. Problém nastane, keď sa podmienky vstupu do týchto združení alebo podmienky prevádzky danej služby nezhodujú s pokrokom moderných technológií a tieto zmeny nie sú reflektované v národnej legislatíve.

Druhým aspektom je problém právnej zodpovednosti. Tento problém je významný najmä z hľadiska garantovania vrátenia peňazí alebo odškodnenia, čo v prípade malých alebo až anonymných predajcov môže byť problém. V takom prípade môže byť veľmi náročné pre kupujúceho sa domôcť spravodlivosti a garantovať, že dostane peniaze za poškodený tovar alebo odškodnenie v prípade poškodenia jeho zdravia alebo majetku. V tomto smere je výrazným faktorom nová podoba pracovnoprávných vzťahov medzi platformami a poskytovateľmi služieb. Keďže títo poskytovatelia nie sú zamestnanci a nie sú v zamestnaneckom vzťahu voči platforme v prípade, že v procese poskytovania služby dôjde k poškodeniu majetku alebo zdravia zákazníka. V tomto smere viaceré platformy môžu mať dobrovoľné formy poistenia na krytie týchto prípadných udalostí, avšak v týchto prípadoch môže byť problém dokazovania a zapájania platforiem v prípadoch vážnej nespokojnosti zákazníka (International Telecommunication Union, 2018).

Posledným špecifickým problémom v rámci digitálneho obchodu je zabezpečenie osobných údajov voči zneužitiu alebo odcudzeniu. V tomto smere je významnou súčasťou problému práve nízka miera povedomia o internetovej bezpečnosti zo strany ako spotrebiteľov na jednej strane, tak aj zo strany samotných jednotlivcov alebo mikro podnikov a MSP. V tomto smere je významným problémom kombinácia neustále sa zvyšujúcej sofistikovanosti

kybernetických hrozieb a zvyšovania miery benefitov v podobe využívania dát na zlepšenie kvality poskytovaných služieb a vývoj inovatívnych riešení do budúcnosti. V tomto smere je teda na jednej strane čoraz vyššia miera motivácie spracovania dát na strane podnikov a vývojárov, zatiaľ čo rastie potreba efektívnej ochrany kvôli rizikám spojeným so zneužitím týchto údajov. Práve v tomto smere rastie riziko spájané s digitálnymi hrozbami, ktoré vedú napadnúť spotrebiteľov a poskytovateľov a spôsobiť im majetkové škody alebo pri zneužití osobných údajov im vedú spôsobiť väčšie škody. Aj z tohto dôvodu sa pri prieskume 25 000 používateľov v 25 krajinách v roku 2017 viac ako polovica opýtaných vyjadrila, že majú väčšiu obavu o ohrozenie svojho online súkromia v porovnaní so situáciou v roku 2017. Až 81 % z tejto skupiny obyvateľov túto obavu pripisuje vyššej miere ohrozenia kybernetickou kriminalitou (UNCTAD, 2018).

4.2. Digitalizácia a potenciál odstraňovania zastaralej regulácie ochrany spotrebiteľa

Procesy digitalizácie si teda vo viacerých oblastiach vyžadujú reformu a zmeny v oblastiach mnohých podnikateľských reguláciách na národnej, ako aj medzinárodnej úrovni. Možnosť uvoľňovania regulačnej záťaže vyplýva primárne z benefitov poskytovaných novými technológiami, ktoré umožňujú efektívnejšie a jednoduchšie kontrolovať ochranu spotrebiteľa a jeho prípadnú nespokojnosť s poskytovateľom. Zároveň technologické riešenia umožňujúce oveľa lacnejšie a jednoduchšie poskytovanie konkrétnych služieb vedú znižovať závislosť zákazníkov od relatívne limitovanej skupiny poskytovateľov, ktorí majú kontrolu nad ponukou konkrétnych služieb. Menovite sa tieto možnosti otvorili najmä prostredníctvom služieb zdieľanej ekonomiky, ktoré ponúkli nové technológie umožňujúce výrazné rozšírenie ponuky, napr. v oblasti dopravy alebo ubytovacích služieb. Avšak, keďže napr. v oblasti taxislužieb existujú mnohé krajiny, kde sú prísne obmedzenia pre záujemcov o poskytovanie tejto služby, od znalosti ulíc cez vlastníctvo taxametra až po samotnú licenciu,

bolo potrebné spustiť diskusiu o tom, či sú tieto obmedzenia s ohľadom na technologické riešenia ešte odôvodnené (Ericson a Sørensen, 2016).

Potenciál odstraňovania zastaranej regulácie teda prichádza vo viacerých smeroch. Prvým je forma povinnej koncentrácie poskytovateľov služieb alebo tovarov v profesijných komorách. Tie sa v kontexte rozširovania ponúkaných riešení stávajú nepotrebnými až blokujúcimi modernizáciu ponúkaných riešení. Zároveň môžu tieto skupiny umelo obmedzovať ponuku služieb, čím umelo zvyšujú cenu služieb a eliminujú prienik nových riešení cez legislatívne obmedzenia komerčného využívania nových technológií. V tomto smere je nevyhnutné, aby bolo pri každej takejto profesijnej komore zhodnotené, do akej miery je jej existencia odôvodnená pri maximalizácii pozitív vyplývajúcich z aplikácie nových technológií do konkrétneho odvetvia služieb. Táto diskusia by pomohla posilniť oblasť ochrany spotrebiteľa bez foriem obmedzovania ponuky služieb, kde tieto obmedzenia negarantujú vyššiu kvalitu služieb. V súčasnosti umožňujú digitálne technológie okamžitú formu spätnej väzby zo strany zákazníkov, ktorá môže v prípade nespokojnosti znížiť reputáciu konkrétneho poskytovateľa a veľmi rýchlo ho vylúčiť z platforiem zdieľaných služieb. Ochrana spotrebiteľa sa tak prostredníctvom digitálnych technológií presúva z obmedzení vstupu na trh na vyhodnotenie spokojnosti priamo zo strany zákazníka. Tento systém hodnotenia tiež podporuje presun systémov reputácie zo samotnej značky (napr. konkrétnej taxislužby, ktorá kontroluje a garantuje cenu služby a kvalitu vodičov) na reputáciu konkrétneho šoféra, ktorú vidí záujemca v momente objedávania služby. Do toho vstupuje aj mechanizmus platformy, ktorá môže zamedziť možnosti jazdy pre šoférov s reputáciou pod istú úroveň (A-Connect, 2021).

To isté platí aj pre diskusiu o konkrétnom vybavení a minimálnych vzdelanostných štandardoch, ktoré vedú digitálne technológie plnohodnotne nahradiť. Moderné technológie dokážu napr. nahradiť potrebu znalosti všetkých ulíc v rámci mesta, ak vodič

povinne využíva navigáciu, čo je súčasťou využívania digitálnych aplikácií. Zároveň tieto aplikácie dokážu nahradiť úlohu povinnej výbavy v podobe taxametru, ktorý určuje prejazdené kilometre a kontroluje trasu, ktorou prechádza vozidlo. Tým sa minimalizuje priestor pre nekalé praktiky a zároveň má spotrebiteľ dopredu možnosť vidieť očakávanú cenu tejto služby a dĺžku jej trvania. V tomto smere tak digitálne technológie plne nahradili, dokonca až zlepšili pôvodné technologické požiadavky a znížili náročnosť na vzdelávacie procesy pre poskytovateľov vstupujúcich na trh, nakoľko digitálne technológie nahradili potrebu mať tieto vedomosti (Ericson a Sørensen, 2016).

Posledným špecifickým aspektom, kde digitalizácia otvára diskusiu o konkrétnych regulačných obmedzeniach a podmienkach, je oblasť pracovných podmienok. V odvetviach, ktoré boli predtým charakteristické dominantnou prísnou reguláciou práce, vedú digitálne technológie buď priamo zvyšovať mieru kontroly dodržiavania týchto obmedzení (napr. v prípadoch práce na diaľku alebo v prípade vodičov kamiónov), zatiaľ čo v odvetviach zdieľanej ekonomiky podporujú digitálne technológie väčšiu slobodu poskytovateľov služieb na slobodné určenie pracovnej doby podľa vlastných potrieb a preferencií. To ale môže znamenať, že oproti klasickým zamestnancom v mnohých oblastiach bude čoraz výraznejší rozdiel z hľadiska legislatívy, ktorá sa vzťahuje na dve rôzne skupiny obyvateľstva vykonávajúce v podstate tú istú prácu. Na tieto dve skupiny sa budú vzťahovať iné platové pravidlá a iné pravidlá z hľadiska dovolenky alebo ochrany bezpečnosti a zdravia pri práci. Tieto legislatívne nastavenia budú mať vo veľkej miere výrazný dopad aj na vzťahy medzi poskytovateľmi týchto služieb a spotrebiteľmi, či už z hľadiska rizík, ktoré z nich vyplývajú pre spotrebiteľov, alebo z hľadiska nákladov, ktoré sú následne prenesené do ceny konkrétnych poskytovaných tovarov a služieb (A-Connect, 2021).

Výsledkom týchto zmien je možnosť otvárania rôznych profesií smerom k širšej verejnosti a postupné znižovanie nákladov na začatie podnikania. Tieto zmeny vedú k oveľa vyššiemu

tlaku na kvalitu služieb a znižovanie nákladov. Zároveň digitálne technológie podporujú znižovanie informačnej asymetrie a zlepšujú prehľad zákazníkov o dostupných alternatívach medzi tradičnými poskytovateľmi a digitálnou konkurenciou. V oblastiach digitálnej ponuky tovarov alebo služieb prostredníctvom online trhovísk je situácia komplikovanejšia, nakoľko do tohto procesu vstupuje aspekt fyzickej vzdialenosti a času, ktorý uplynie medzi objednaním (a zaplatením) konkrétneho tovaru alebo služby a jeho/jej dodaním a vyhodnotením kvality. Významným faktorom v tomto smere je oveľa väčšia príležitosť podvodnej reklamy, ktorá je zverejňovaná najmä prostredníctvom veľkých platforiem, prostredníctvom ktorých sa väčšina digitálnych služieb v súčasnosti ponúka.

4.3. Iniciatívy Európskej únie v posilňovaní legislatívy v oblasti digitálnych služieb

V kontexte týchto zmien a rozvoja príležitostí, ako aj hrozieb vychádzajúcich z digitálnej ekonomiky došlo v rámci viacerých krajín k postupnému prijímaniu nových legislatívnych pravidiel s pokusom o nastavenie pravidiel digitálnej ekonomiky. Jedným z kľúčových aspektov týchto pokusov o reguláciu je snaha o zabezpečenie a garantovanie ochrany spotrebiteľa pred rizikami, ktoré boli spomenuté vyššie. S ohľadom na tieto iniciatívy sa začala aktivizovať aj Európska únia s pokusmi o harmonizáciu týchto pokusov a vytvorenie jednotnej digitálnej únie a spoločného digitálneho trhu. Vytvorenie takéhoto trhu naprieč všetkými krajinami Európskej únie si vyžaduje spoločný prístup a odbúravanie jednotlivých bariér, ktoré medzi krajinami v tomto stave môžu vznikáť. Tento spoločný prístup začala Európska únia riešiť ešte v roku 2000, kedy Európska únia prišla s prvou Smernicou o elektronickom obchode (Smernica 2000/31/ES), ktorá stanovila základné piliere v tejto oblasti. Medzi tieto piliere patria princíp krajiny pôvodu, princíp obmedzenej zodpovednosti a zákaz zavedenia povinnosti všeobecného monitorovania (Euractiv, 2003).

V posledných rokoch si výrazný nárast digitálnych technológií a služieb vyžaduje aktualizáciu týchto pravidiel a podporu stierania bariér pre podnikateľov a spotrebiteľov cez

dobudovanie jednotného digitálneho trhu. V tomto smere sú kľúčovými právnymi normami pripravované dokumenty s názvom *Digital Services Act* (Akt o digitálnych službách – DSA) a *Digital Markets Act* (Akt o digitálnych trhoch – DMA). Tieto dva právne návrhy majú záujem priniesť výrazné zmeny z hľadiska nastavenia celoeurópsky platných pravidiel pre prostredie digitálneho obchodu. V tejto časti kapitoly je predstavená ambícia týchto legislatívnych návrhov s ohľadom na ciele v oblastiach zlepšenia ochrany spotrebiteľov s ohľadom na digitálne služby a digitálny obchod.

4.3.1. Akt o digitálnych službách

Akt o digitálnych službách sa stal jednou z kľúčových priorít *Digitálnej stratégie pre obdobie rokov 2020 – 2024* Európskej únie. Jej primárnym cieľom je dobudovať jednotný digitálny trh a dôsledkom toho zlepšiť inovačný potenciál a posilniť digitálnu konkurencieschopnosť celého európskeho bloku. Motiváciou tejto iniciatívy je zabezpečenie lepšej formy ochrany spotrebiteľa s ohľadom na riziká, ktoré boli predstavené vyššie. Preto je hlavným cieľom DSA potreba revízie právneho rámca, ktorý umožní odstránenie nezákonného obsahu a následné zjednotenie pravidiel v rámci Európskej únie s ohľadom na zadefinovanie zodpovednosti poskytovateľov sprostredkovateľských služieb v digitálnom priestore. Európska únia týmto návrhom reaguje na rastúcu pozíciu online platforiem ako nových pilierov ekonomického a sociálneho života. Práve z dôvodu tejto ich sily sa stalo pre Európsku úniu významnejšie zamerať sa na ochranu spotrebiteľských práv občanov v tomto priestore.

Budujúc na existujúcom rámci Smernice o elektronickom obchode, DSA zachováva základné piliere tohto rámca. No na rozdiel od predošlej legislatívy má DSA ambíciu predefinovať kľúčové pravidlá digitálneho hospodárstva a predstaviť moderný rámec pre digitálne služby s ohľadom na súčasné technické, ekonomické a sociálne zmeny v rámci digitálnej spoločnosti. V tomto smere má DSA ambíciu jasnejšie a jednotnejšie zadefinovať pravidlá a zodpovednosť pre poskytovateľov digitálnych služieb. Kľúčovým aspektom sú pravidlá

nahlasovania a odstraňovania nelegálneho obsahu, ktoré by lepšie dokázali zabezpečiť ochranu základných práv používateľov a zabezpečenie a ochranu práv spotrebiteľov v digitálnom priestore. Práve preto sa návrh tohto nariadenia zameriava najmä na kategóriu online sprostredkovateľov poskytujúcich rôzne typy digitálnych služieb. Sem patria internetové, cloudové služby, reklamné portály a služby, ako aj online trhoviská a komunikačné aplikácie (EUR-Lex, 2020a).

DSA sa zameriava na také sprostredkovateľské portály, ktoré ponúkajú službu na trhu v rámci Európskej únie. Práve v tomto smere musia online sprostredkovatelia služieb po novom zrejme čeliť súboru nových regulačných povinností. S ohľadom na povahu ich služieb a veľkosť týchto portálov sa stanovujú typy povinností, ktoré by mali zabráňovať nelegálnym činnostiam (rozširovanie klamlivého či nelegálneho obsahu) a podporiť rozvoj transparentnosti a právnej zodpovednosti týchto subjektov. V tomto smere sa stanovujú rozličné povinnosti pre veľké online platformy, ktoré majú kľúčovú úlohu pri zedefinovaní spoločenskej diskusie a ekonomických transakcií. Naopak, malé platformy sú od týchto povinností oslobodené. Nariadenia v rámci tejto regulácie sa delia na päť častí z hľadiska nastavenia rámcových pravidiel:

- odstraňovanie nezákonného obsahu, služieb alebo online obsahu,
- prísnejšie zedefinovanie platforiem podľa ich veľkosti na zabránenie zneužívania ich pozície a sily v hospodárstve a spoločnosti,
- opatrenia z hľadiska transparentnosti, online reklamy a využívaných algoritmov, cez ktoré sa odporúča obsah spotrebiteľom,
- prediktívna identifikácia potenciálnych zákazníkov a komerčných spotrebiteľov vrátane záruk pre spotrebiteľov,
- záruky pre používateľov, ktorým bol obsah odstránený neoprávnene.

Cieľom tejto právnej iniciatívy je zabezpečenie modernej kontroly poskytovateľov digitálnych služieb sprostredkovateľom na zaručenie a presadzovanie nových pravidiel. V tomto smere chce DSA zabezpečiť spoluprácu kontrolných orgánov digitálnych služieb v rámci všetkých členských krajín. Tento návrh by mal zavádzať inovačný mechanizmus dohľadu nad všetkými online platformami.

4.3.2. Akt o digitálnych trhoch

DMA je jedným z kľúčových aspektov z hľadiska priorit Európskej únie a Digitálnej stratégie z hľadiska dobudovania jednotného digitálneho trhu a zvyšovania inovatívnej ekonomiky. Hlavným cieľom tohto opatrenia z hľadiska ochrany spotrebiteľov je odstraňovanie nekalých praktík, ktoré znižujú dôveru spotrebiteľov a ekonomický a inovačný potenciál digitálnej ekonomiky. DMA má za cieľ umožniť rýchlejšiu identifikáciu porušenia pravidiel na trhu a poskytnutie riešenia nekalých praktík či zlyhania trhu v rýchlo napredujúcom prostredí. Tento Akt o digitálnych trhoch by mal vytvoriť rámec *ex-ante* regulácie, teda stanovenie vopred stanovených pravidiel so zameraním sa na veľké platformy, ako na tzv. „gatekeeperov“ alebo strážcov trhu. Tieto platformy majú kľúčový vplyv na situáciu na trhu cez svoje stabilné a dominantné postavenie. Tým môžu byť zásadnými hráčmi, od ktorých bude závisieť situácia na trhu pre zákazníkov a to, ako sa poskytovatelia služieb dostanú ku svojim zákazníkom, t. j. spotrebiteľom.

DMA sa bude teda vzťahovať iba na veľké spoločnosti, ktoré svojou silou definujú situáciu na danom trhu digitálnych služieb a zohrávajú mimoriadne významnú úlohu na vnútornom trhu Európskej únie. Tieto firmy sa následne považujú za mimoriadne silné z hľadiska možnosti stanoviť vlastné pravidlá a zároveň aj vytvárať prekážky pre podniky, alternatívne platformy a spotrebiteľov, čím by sa stali firmy a podnikatelia od nich ešte viac závislými. Tento návrh nariadenia definuje kľúčové kvalitatívne a kvantitatívne požiadavky, ktoré zdefinujú takéto

klúčové platformy dnes, ako aj v budúcnosti. Zároveň im tento návrh definuje základné a hlavné služby (tzv. „core platform services“) (EUR-Lex, 2020b).

Výsledkom návrhu DMA je zabrániť týmto strážcom nastavovať neférové podmienky a podporiť otvorenosť kľúčových digitálnych služieb. Tento cieľ má byť ešte podporený prostredníctvom povinností a zákazov aplikovať konkrétne nekalé alebo netransparentné praktiky. Tie sa týkajú najmä oblastí narábania s dátami a údajmi či vytvárania interoperability (schopnosť rôznych systémov vzájomne spolupracovať) rôznych riešení, aby sa mohli zapojiť do systému a ochrany transparentnosti kľúčových procesov vrátane kľúčových algoritmov, rankingu alebo reklamy. Cieľom má byť obmedzenie praxe propagovania vlastných služieb týmito platformami a stanovovania špecifických technických reštrikcií. Tento Akt sa má vzťahovať na služby poskytované veľkými platformami smerom ku komerčným partnerom alebo koncovým spotrebiteľom v Európskej únii.

Okrem toho je európska *ex-ante* regulácia doplnená aj o možnosť vykonávať šetrenia na trhu a posudzovať, či sú existujúce kritériá definujúce veľké platformy stále aktuálne alebo či je potrebné rozšíriť tieto kritériá, alebo doplniť ďalšie povinnosti a zákazy, ktoré sa na tieto platformy vzťahujú. Presadzovanie tohto nariadenia spadá do pôsobnosti Európskej komisie. Porušenie povinností týchto nariadení má byť sankcionované až do výšky 10 % celosvetového obratu online platformy (EUR-Lex, 2020b).

4.4. Potenciálne negatívne dopady tohto prístupu k regulovaniu digitálnych služieb a návrhy na zlepšenie

Takto navrhované regulačné nastavenia by potenciálne mohli mať viacero negatívnych dopadov na konkurencieschopnosť v oblasti digitálnych služieb, ktoré môžu pomôcť krajinám a podnikom naštartovať znova svoj ekonomický rast. Kľúčovým priestorom, od ktorého sú z hľadiska poskytovania svojich služieb závislé malé a stredné podniky, sú práve digitálne trhoviská a platformy digitálnych služieb. Práve preto sa navrhovaná regulácia

môže prejavíť nie v zlepšovaní digitálneho trhu na území Európskej únie, ale naopak vo zvyšovaní nákladov a regulácií, ktoré padnú na poskytovateľov digitálnych služieb a tie ich prestanú poskytovať alebo tieto náklady prenesú na spotrebiteľa.

Na jednej strane je teda potrebné, aby Európska únia dokázala reagovať na rastúci význam digitálneho obchodu prostredníctvom jednotného regulačného prostredia. Veľkým pozitívom je aj budovanie jednotného digitálneho trhu na princípoch Smernice 2000/31/ES o elektronickom obchode. V tomto smere je pozitívne nastavenie režimu podmienenej sprostredkovateľskej zodpovednosti. Zároveň je pozitívny aj posun smerom k zákazu pôvodne zamýšľaného povinného monitorovania obsahu. Hlavným problémom týchto dvoch legislatívnych zámerov je dopad v podobe nezamýšľaných dôsledkov. Tie môžu prísť v podobe dopadov na oblasť základných práv vrátane majetkových práv, slobody podnikania a slobodnej obchodnej výmeny až po obmedzovanie slobody vyjadrovania a obchodnej reklamy. V prípade plošného a prísneho dodržiavania týchto regulácií môže totiž dôjsť k tlakom a motiváciám, aby samotné platformy generovali obsah čo najrýchlejšie, bez vyhodnotenia toho, či tento obsah porušil zákon. Výsledkom tohto stavu môže byť porušenie viacerých aspektov podnikateľských práv (International Telecommunications Union, 2019).

Obe tieto smernice sa venujú najmä, hoci nie výhradne, veľkým online platformám. Tento prístup môže priniesť viacero rizík do budúcnosti. Prísnejšie pravidlá pre veľké platformy by mohli viesť k presunu veľkého segmentu pochybných praktík na alternatívne platformy, kde bude oveľa náročnejšie zakročiť voči nelegálnemu obsahu a kde majú platformy oveľa menej zdrojov na monitorovanie obsahu. Okrem toho takto nastavené asymetrické povinnosti vedia mať negatívny dopad na spotrebiteľov, napr. zhoršenie konkurenčného prostredia a motivovanie malých platforiem, aby sa vyhýbali rastu a neplatil na nich širší zoznam podnikateľských povinností. Veľké platformy tak prídu o tlak konkurenčného prostredia, čím sa ďalej posilní pozícia dominantných hráčov na trhu. Navyše platformy budú motivované,

aby presmerovali svoje perspektívne rastové digitálne technológie a investície na iné trhy, kde nebudú trestaní za úspech. Povinnosti by teda mali na jednej strane byť aplikované univerzálne a mali by byť stanovené na takej úrovni, aby ich boli schopné aplikovať aj malí poskytovatelia sprostredkovateľských služieb (Coleman, 2017).

Ďalším kľúčovým aspektom, ktorý sa dotýka aj kvality podnikateľského prostredia a ochrany spotrebiteľov, je oblasť právnej istoty. Tá musí byť zabezpečená pre podniky využívajúce služby digitálnej ekonomiky na jednej strane, ako aj pre kupujúcich a samotné odvetvie digitálnych inovátorov na strane druhej. Samotný DMA stanovuje pravidlá platné pre veľké online trhoviská. No napriek tomu, že stanovuje kvantitatívne kritériá pre veľké platformy, dáva súčasný návrh široké možnosti európskym inštitúciám, ako aj členským krajinám určiť, ktoré spoločnosti sú ešte pod touto hranicou pre veľké platformy. To vytvára problém pre platformy na hranici týchto kritérií z hľadiska právnej neistoty, kde budú ich povinnosti závislé od ad hoc rozhodnutia verejných inštitúcií. V tomto ohľade je významným aspektom aj zásada krajiny pôvodu. Táto zásada by mohla podporiť jasné pravidlá pre používateľov a poskytovateľov služieb z hľadiska toho, ktorý štát je zodpovedný za dohľad nad produktom a službou. Práve toto je ďalším aspektom, ktorý podporuje právnu istotu a pomáha rozvíjať hospodárske aktivity ambiciózných projektov. V tomto smere je problémom, že na základe príkazu o nelegálnom obsahu musí prevádzkovateľ sprostredkovateľskej služby reagovať na podnety z ktoréhokoľvek členského štátu. Tento prístup môže vyústiť do nadmerných nákladov pre väčšinu domácich digitálnych firiem, a teda aj pre spotrebiteľov.

V tomto smere je priestor pre zlepšenie nastavenia konkrétnych opatrení cez podporu dobrovoľných iniciatív kontroly obsahu vo forme tzv. princípu dobrého samaritána. Toto opatrenie by malo byť bližšie preskúmané, aby mali poskytovatelia služby istotu pri vykonávaní dobrovoľných iniciatív na kontrolu obsahu z vlastného podnetu alebo inej činnosti na presadzovanie svojich pravidiel a podmienok používania. Zároveň musí Európska

únia dbať na rešpektovanie rôznorodosti sprostredkovateľov, keďže medzi ne patria aj drobné online platformy. Pravidlá pre tieto portály teda musia byť na jednej strane jednotné, no na druhej strane aj dlhodobé a udržateľné a zvládnuteľné pre malé platformy podnikajúce v tomto odvetví, ktoré môžu spôsobiť tlak na veľké etablované portály cez novú a stabilnú konkurenciu.

Pre podnikateľov je digitálne prostredie jedinečný priestor, v ktorom vedia minimalizovať svoje náklady a pokračovať v obchodnej činnosti aj v časoch pandémie. Zároveň ich to motivuje v hľadaní a zapájaní nových technologických riešení do svojej podnikateľskej praxe. To bude viesť k vyššej miere učenia a zdieľania príkladov dobrej praxe v tomto náročnom období. V neposlednom rade však digitálne trhoviská umožňujú podnikateľom výrazne rozšíriť dosah svojich tovarov a služieb. Digitálny priestor minimalizuje negatívny dopad geografických vzdialeností, čo umožňuje aj malým podnikom a jednotlivcom uzatvárať obchody so zákazníkmi v druhej časti krajiny alebo naprieč hranicami. Dôležitá ale je aj druhá strana tejto mince. V čase pandémie, ako aj mimo nej sú digitálne trhoviská unikátnym miestom, kde môžu ľudia vo vzdialenejších častiach krajiny alebo ľudia izolovaní z dôvodu veku či telesného postihnutia dostať oveľa širšiu ponuku tovarov a služieb dostupnejším spôsobom, čím sa výrazne zvyšuje ich šanca žiť plnohodnotný život.

V tom horšom prípade môže totiž táto zmena priniesť mnohé nezamýšľané dôsledky v podobe neprimeraných nákladov, teda časových a finančných nákladov, pre podniky, ktoré ich budú musieť preniesť na zákazníkov. Alternatívou bude ukončiť svoju prevádzku a znížiť ponuku pre zákazníkov, a teda aj tlak na vyššiu kvalitu a nižšie ceny. Návrh DMA aj DSA sa zameriava v prvom rade na dodržiavanie zásad a nie na rozvoj a kultiváciu inováčného prostredia v Európe. Deje sa tak navyše v čase, kedy už Európska únia stráca oproti lídrom v oblasti digitálnych inovácií v Číne alebo Spojených štátoch. V tomto smere teda súčasný návrh riskuje nastavenie prostredia, ktoré bude dávať podnikom a zákazníkom nové

prekážky v rámci digitálneho obchodu. To môže odrádzať nové inovatívne projekty alebo ich motivovať k odchodu vo fázach rozvoja na iné trhy, ktoré im v tejto kritickej fáze vyjdú viac v ústrety.

Najsľubnejší priestor pre opätovné naštartovanie európskeho a slovenského ekonomického rozvoja existuje v digitálnom priestore. Práve digitálne trhy, ktoré v tomto ponúkajú poslednú možnosť pre mnohé podniky, ako sa dostať ku zákazníkom, môžu implementovať nové riešenia a podporiť rozvoj digitálnych investícií. To môže byť kľúčovým aspektom naštartovania ekonomického rastu a stability prostredia pre zamestnancov aj spotrebiteľov. V tomto smere je oveľa efektívnejšie sa zamerať na efektívne využívanie existujúcich regulácií digitálnych platforiem.

Sem patria najmä už platné pravidlá hospodárskej súťaže vzťahujúce sa aj na digitálne platformy. Vďaka tomu je možné efektívne nastaviť pravidlá vzťahu vrátane pravidiel ochrany spotrebiteľa a vzťahu medzi podnikmi a ich zákazníkmi, pri maximálnej ochrane slobody podnikania a kvality podnikateľského prostredia. To špeciálne platí pri veľmi rýchlej súslednosti zavádzania nových regulácií, kedy si Európska komisia neponechala ani dostatočný čas na zmapovanie účinnosti doterajších opatrení. Predvídateľné podnikateľské prostredie si vyžaduje garancie podnikateľom, že ich podnikanie sa vyhne častým zmenám pravidiel. To sa v súčasnej situácii začína diať bez poznania úspešnosti predošlých zmien (International Telecommunications Union, 2019).

Je teda potrebné vytvoriť jasné, predvídateľné a udržateľné podmienky platné pre všetky podnikateľské subjekty v tomto odvetví. Kľúčové aspekty, ktoré si vyžadujú pozornosť, nezávisia na veľkosti podnikateľských subjektov. Sem patria aspekty ochrany súkromia, osobných údajov alebo vzťahov medzi podnikateľmi a zákazníkmi. Riešenia musia kombinovať slobodu podnikania, podporu inovácií a zároveň jasne vymožiteľné pravidlá únosné pre všetkých hráčov. Je nevyhnutné, aby nové pripravované legislatívne opatrenia,

najmä na úrovni Európskej únie, smerovali k odstraňovaniu bariér a tvorbe skutočného jednotného digitálneho trhu a odbúraní prekážok pre rýchle využívanie technologických inovácií. To umožní Slovensku a Európskej únii dobiehať lídrov v technologickom rozvoji.

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

5. PRÍKLADY DOBORVOĽNEJ REGULÁCIE OCHRANY SPOTREBITEĽA TRHOM

S ohľadom na tieto zmeny pripravované na celoeurópskej úrovni a očakávané negatívne dopady spojené s týmito návrhmi sa čoraz viac spomínajú možné alternatívne prístupy založené na dobrovoľnej regulácii zo strany dominantných hráčov na trhu. Tento tlak môže vychádzať z rôznych impulzov a dokáže podľa propagátorov tohto prístupu efektívne dotlačiť firmy k opusteniu nekalých praktík a nastaveniu vyššej miery minimálnych štandardov v týchto odvetviach. Mnohé odvetvia sa technologickými zmenami výrazne menia z hľadiska možností a jednoduchosti poskytovania týchto služieb a táto jednoduchosť motivuje jednotlivcov k novým formám zárobkov cez využívanie ich existujúcich hospodárskych statkov ako byt, dom alebo automobil, či cez jednoduchšie speňaženie ich zručnosti. Spochybnená tak bola nielen cielená legislatíva, ale aj opodstatnenie konkrétnych technologických požiadaviek na výkon konkrétnych povolání či členstva poskytovateľov v odborných komorách. Výsledkom môže byť preorientovanie sa na konkurenčný tlak zameraný len na cenu služby bez ohľadu na obchádzanie dovtedy samozrejímavých aspektov kvality.

Masové poskytovanie služieb v oblastiach, ktoré boli predtým kontrolované úzkou skupinou poskytovateľov združených v komorách alebo v konkrétnom zoskupení podnikov, znamenalo spochybnenie garancie dodržiavania kvality a kontrolných mechanizmov v krízových situáciách. Medzi takéto krízové situácie patria napr. podvodné konanie zo strany poskytovateľov, nízka kvalita poskytnutého tovaru alebo služby či ohrozenie zdravia zákazníka alebo poskytovateľa. V tradičných pracovných vzťahoch by tieto situácie boli posudzované z titulu členstva poskytovateľa v konkrétnej odbornej skupine, ktoré by bolo garantom kvality daného poskytovateľa. Zároveň cez túto skupinu existoval aj sankčný

mechanizmus v prípade, že by došlo k porušeniu pravidiel zo strany poskytovateľov. Tieto aspekty sa otvorením zdieľanej ekonomiky spochybnili.

S týmito obavami tvorcovia platforiem ráтали a argumentujú tým, že existuje viacero rôznych mechanizmov, ktoré dokážu adekvátne nahradzovať reguláciu prostredníctvom národnej legislatívy aj v prostredí dobrovoľného prístupu firiem. Tento stav navyše minimalizuje negatívne dopady spojené s prílišnou a formalistickou povahou národnej legislatívy, ktorá často prístupom vychádza z prístupov relevantných pred digitálnou transformáciou. Tie sú však vo veľa smeroch dnes už neaktuálne. Táto kapitola predstavuje alternatívy v podobe dobrovoľnej regulácie cez diskusiu o faktoroch motivujúcich firmu k dobrovoľnej samoregulácii svojich prístupov a následnú diskusiu o príkladoch úspešného fungovania tejto regulácie v praxi. Existuje zároveň niekoľko príkladov, kedy technológie a dobrovoľná regulácia viedli k aktualizácii pravidiel pre celé odvetvie.

5.1. Alternatívne tlaky na ochranu spotrebiteľa zo strany poskytovateľov digitálnych služieb

Kvôli tomu, že viaceré národné parlamenty boli pomalé v reakcii na tvorbu týchto nových platforiem zdieľanej ekonomiky, priekopníci v oblastiach digitálnych služieb museli nastaviť vlastné procesy, aby si získali dôveru nových užívateľov. Práve táto absencia externých pravidiel vedie k novým tlakom, ktorým je daný priestor na formovanie situácie na danom trhu. Tieto nové tlaky vychádzajú z povahy digitálnych služieb, ktoré sa na rozdiel od tradičných foriem poskytovania ocitajú v priestore oveľa širšieho konkurenčného tlaku na kvalitu a spätnú väzbu zo strany klientov. Do tohto procesu ale vstupuje aj vysoká miera strachu z neznámych a z rizík spájaných s digitálnym prostredím, ktoré vedú spotrebiteľov k oveľa vyššej opatrnosti. V tejto kapitole sú predstavené tri kľúčové aspekty, ktoré najviac podporujú rozvoj dobrovoľnej samoregulácie v oblastiach digitálnych služieb cez samotnú podstatu digitálneho prostredia. Týmito aspektmi sú:

- možnosť okamžitej a transparentnej spätnej väzby a znižovanie informačnej asymetrie,
- reputácia spoločností a konkurenčný tlak,
- digitálna zdatnosť a citlivosť prvotných užívateľov týchto služieb.

Podľa Castra (2011) možno samoreguláciu chápať ako regulačný proces, pri ktorom organizácia na odvetvovej úrovni (obchodné združenie alebo profesijná komora) na rozdiel od vládnej úrovne stanovuje a presadzuje pravidlá a štandardy týkajúce sa konania spoločností v konkrétnom odvetví. Samoreguláciu priemyselné odvetvia alebo podniky využívali z dvoch dôvodov. Prostredníctvom nej reagovali na jednej strane na absenciu štátnej regulácie a na druhej strane je zvolená tak, aby sa vyhla neželaným efektom nadmernej verejnej regulácie.

5.1.1. Možnosť okamžitej spätnej väzby a znižovanie informačnej asymetrie

Prvým aspektom, ktorý vstupuje do tvorby dobrovoľnej regulácie, je možnosť zákazníka okamžite ohodnotiť kvalitu služby konkrétneho poskytovateľa tovaru alebo služby. Tento faktor dáva zákazníkovi hlas v prípade nespokojnosti s kvalitou/cenou služby, ako aj možnosť pochvaly vyzdvihnutia pozitívnej skúsenosti. Tento model hodnotenia, vo väčšine prípadov v podobe počtu hviezdíčiek a slovného komentovania poskytovateľa, dáva spotrebiteľovi možnosť priameho ocenenia alebo potrestania dobrej alebo zlej skúsenosti s poskytovateľom služby. V porovnaní s minulosťou sa teda vytvára možnosť okamžitej odmeny a trestu, ktoré dávajú moc do rúk spotrebiteľov a pôsobia na poskytovateľov ako mechanizmus dobrovoľnej regulácie. Už v roku 2008 poukazovali analýzy na pozitívny dopad okamžitej online spätnej väzby a budovania reputácie poskytovateľov cez snahu o zlepšenie a zvyšovanie kvality (Tang, Hu a Smith, 2008).

V tomto smere je významným aspektom aj dlhodobé budovanie reputácie každého poskytovateľa v kombinácii s rizikom negatívneho dopadu nespokojného zákazníka, ktoré

vedú k výrazne efektívnejšiemu tlaku na odstraňovanie nežiaducich javov zo strany poskytovateľov služieb. Pre nových zákazníkov sú výsledky tejto spätnej väzby okamžite k dispozícii v momente, keď si službu idú objednať a vedia si získať konkrétne informácie o prípadných problémoch a rizikách. Do tohto vstupujú ďalšie aspekty rozširovania dostupných informácií o poskytovateľovi, napr. z hľadiska transparentnosti platieb, sledovania polohy alebo kvality produktov či služby. Tieto aspekty minimalizujú informačnú asymetriu, ktorá bola v mnohých odvetviach dlhodobým problémom. Zároveň existencia týchto informácií v rôznych svetových jazykoch znižuje riziká zneužívania informačnej asymetrie voči konkrétnym rizikovým skupinám obyvateľstva, ktoré sa mohli ocitnúť v horšej situácii pri absencii takto transparentných informácií (Wahyuningtyas, 2019).

5.1.2. Reputácia spoločností a konkurenčný tlak

Kolektívne sa mechanizmy okamžitej spätnej väzby poskytovateľovi a riešenia informačnej asymetrie medzi zákazníkmi prenášajú aj do aspektu reputácie samotných digitálnych platforiem (a zdieľaných) služieb. Tieto platformy sú závislé od reputácie, ktorá sa začína pri minimálnej kvalite poskytovateľov služieb cez ich platformy a končí sa pri ich verejných kampaniach v oblastiach sociálnej zodpovednosti. V tomto smere je teda podstatný aspekt nielen práce s okamžitou spätnou väzbou firmy, ale aj nastavenie imidžu spoločnosti. Ten vychádza napr. z očakávaní zákazníkov týkajúcich sa prístupu k vyhodnocovaniu a riešeniu sporov, ku ktorým dochádza v prípade nespokojnosti alebo krízovej situácie. V prípade možnosti výberu platformy alebo poskytovateľov sa zákazníci orientujú z hľadiska toho, akú šancu majú domôcť sa spravodlivosti cez procedurálne pravidlá a alternatívne mechanizmy riešenia sporov, ktoré sú výsledkom dobrovoľnej regulácie odvetvia alebo platformy digitálnej ekonomiky. Cieľom týchto reputácií je podporiť zostávajúce problémy súvisiace s asymetrickými informáciami pre používateľov. Výsledkom je snaha vytvoriť čo najmenej nákladný a najefektívnejší systém alebo mechanizmus, ktorým by sa potenciálne týmto

konfliktom vedeli platformy aj používatelia vyhnúť. Výsledkom teda môže byť systém, ktorý je reálne účinnejší ako by bolo opatrenie uložené národnou (alebo európskou) legislatívou (Tang, Hu a Smith, 2008).

Špecifickým aspektom v tomto smere je dlhodobý kontext budovania takejto reputácie. Tento faktor totiž zaväži najviac v prípade, že pôjde o platformy so silným dlhodobým procesom budovania reputácie. Úsilie súkromného sektora o zlepšenie reputácie sa môže prejavíť prostredníctvom dobrovoľného kódexu správania bankových alebo nebankových subjektov združených v asociácii. Takýto kódex môže zahŕňať pozitívne opatrenia týkajúce sa posúdenia cenovej dostupnosti pôžičiek (napr. v oblasti financovania start-upov), vhodnosti podnikateľského zámeru alebo flexibilných platobných podmienok. Tieto pravidlá teda napr. v bankovom sektore môžu dávať zmysel a motivovať dobrovoľnú reguláciu sektora smerom ku klientom (či už jednotlivcov, alebo malých a stredných podnikov). Úspech takýchto opatrení bude pravdepodobne do značnej miery závisieť od úrovne vplyvu a pokrytia trhového podielu konkrétneho priemyselného združenia alebo platformy. Podobne teória, že zvýšená konkurencia na trhu potrestá zlých aktérov a odmeňuje zodpovedných veriteľov novými zákazníkmi, nemusí byť vždy efektívna z krátkodobého hľadiska, a preto môže byť potrebné, aby tvorcovia politiky zasiahli a zastavili rastúce rozšírené nevhodné postupy skôr, ako ovplyvnia celý trh (Mazer, 2012).

5.1.3. Digitálna zdatnosť a citlivosť prvotných užívateľov týchto služieb

Verejnosc, najmä tá, ktorá ako prvá využíva služby digitálnej ekonomiky, sa veľmi často ocitá v inej pozícii ako spotrebiteľ, ktorým sa otvára nový trh so službami. Digitálne riešenia a nové služby zdieľanej (a teda formálne neregulovanej) ekonomiky sa najskôr dostanú do popredia u digitálne veľmi zručnej časti obyvateľstva. Tá má s ohľadom na poskytované služby a spôsob interakcie s poskytovateľmi veľmi vysoké nároky, ktoré sa týkajú viacerých oblastí. Medzi tieto oblasti patria napr. ochrany osobných údajov v digitálnom priestore

alebo celkovej digitálnej bezpečnosti či plynulosti a kvality procesov a výsledných služieb. Táto odborne podkutá časť spotrebiteľov vie veľmi rýchlo identifikovať potenciálne riziká a hrozby vyplývajúce z prostredia, ktoré nepodlieha regulácii vo forme národnej či európskej legislatívy. Spotrebiteľia sa oveľa viac z toho dôvodu zameriavajú na riziká vyplývajúce z absencie národnej regulácie v danom priestore. V tomto smere práve nálada verejnosti z hľadiska spracúvania ich osobných údajov a nakladania s nimi alebo z hľadiska využívania inovatívnych foriem platby a zhovievavého prístupu k zákazníkom (Laguna, 2018).

Druhým špecifickým aspektom tohto faktora je rozmach individuálneho prístupu a personalizácie vzťahov, ako aj samotnej ponuky tovarov a služieb na mieru konkrétneho zákazníka. Tento faktor tiež pomáha vychovávať očakávania u laickej verejnosti z hľadiska minimálnych štandardov, ako aj očakávaných samoregulačných nastavení na úrovni platforiem na strane jednej, ako aj na úrovni odvetví (napr. v prípade bankového sektora). Tieto regulácie nastavujú minimálne štandardy presne s ohľadom na vysokú citlivosť spotrebiteľov, ktorí skúmajú kvalitu služieb cez viaceré dimenzie (bezpečnosť, kvalita služby/produktu, cena, flexibilný prístup, etické štandardy). Z tohto vyplýva aj väčšia opatrnosť neskúsených zákazníkov (laickej verejnosti), ktorí týchto priekopníkov nasledujú a získavajú väčšiu dôveru práve voči digitálnemu prostrediu práve cez uistenia, ktoré im poskytujú oni. V neposlednom rade do tejto rovnice vstupujú aj spotrebiteľské alebo odborné organizácie, ktoré kontrolujú a verifikujú tvrdenia poskytovateľov, pravdivosť informácií a prípadné zamlčané bezpečnostné hrozby ukryté v nových riešeniach. V dnešnej dobe ľudstvo generuje približne 463 exa-bytov dát (463 miliónov terabytov dát) každý deň. Práve to viedlo k posilneniu dopytu zo strany samotných spotrebiteľov na nastavenie minimálnych štandardov a kontrolných mechanizmov, ktoré pomáhajú prinášať regulácie na sektorovej úrovni.

Spotrebitelia sa čoraz viac odvracajú od riešení a poskytovateľov, ktorí nerešpektujú ich ochranu osobných údajov alebo bezpečnosť svojich systémov. Dôvera sa objavuje ako rozhodujúci faktor úspechu poskytovateľov digitálnych služieb. Až tak, že to dokáže v prípade spochybnenia dôvery podkopať zavedené projekty alebo poskytovateľov digitálnych služieb. Spoločnosti vyvíjajúce služby, ktoré rešpektujú tento faktor, si budujú so svojimi používateľmi nový druh dôvery. Platformy digitálnych služieb zistili, že zákazníci si tak veľmi vážia dôveryhodné služby, že na ich lojalite môžu byť založené udržateľné a úspešné podniky. Do toho vstupuje v neposlednom rade aj dynamický vývoj na trhu, ktorý podporuje učenie sa z predošlých chýb v procese tvorby a nastavovania štandardov v rámci konkrétnych odvetví alebo celého digitálneho hospodárstva (Laguna, 2018).

5.2. Príklady úspešného aplikovania dobrovoľného zavádzania štandardov ochrany zo strany poskytovateľov služieb

Na základe týchto a mnohých ďalších tlakov začali vznikať rôzne príklady samoregulačných iniciatív naprieč odvetviami digitálnej, ako aj tradičnej ekonomiky. Tie vznikajú najmä z dôvodu absencie priamej regulácie v konkrétnych novovznikajúcich oblastiach ekonomiky. Výsledkom je séria príkladov úspešných iniciatív, v ktorých sa podarilo na dobrovoľnej báze platforiem alebo sektorových organizácií vytvoriť minimálne štandardy cez samoregulačné iniciatívy, ktorých výsledkom je zabezpečenie ochrany spotrebiteľa bez prijímania plošných regulácií, ktoré by mali neočakávané negatívne dopady na podnikateľské prostredie. V tejto časti sú predstavené príklady z rôznych typov odvetví, kde dobrovoľné zavádzanie regulačných štandardov prinieslo zlepšenie kvality poskytovaných služieb a ochrany spotrebiteľa. Cez úspešnú aplikáciu týchto prístupov sa môže zlepšiť regulačný prístup na národnej alebo európskej úrovni.

5.2.1. Samoregulácia cez členstvo v sektorových združeníach

Samoregulácia nie je iba dominantnou moderných technologických odvetví a na úrovni sektorových združení, ktoré podporujú zavádzanie nových noriem u svojich členov. V prípade tradičných odvetví ekonomiky vie byť samoregulácia vhodným doplnkom národnej legislatívy ako kľúčový mechanizmus riadenia priemyselných postupov. Oproti samotnému prístupu prostredníctvom národnej legislatívy predstavuje táto kombinácia veľa výhod pre spotrebiteľov, výrobcov a hospodárstvo ako celok. Spotrebiteľia majú zo samoregulácie úžitok viacerými spôsobmi. Zatiaľ čo niektorí tvorcovia politiky podporujú reguláciu ako spôsob znižovania rizika pre spotrebiteľov, potenciál nadmernej regulácie predstavuje riziko aj pre spotrebiteľov. Zbytočná alebo neúčinná regulácia zvyšuje výrobné náklady pre podniky bez akýchkoľvek zodpovedajúcich výhod a tieto náklady nakoniec znášajú spotrebiteľia (Castro, 2011).

Regulácia na národnej úrovni svojou povahou rieši identifikované škody a popri tom môže neúmyselne vytvárať prekážky inovácii alebo vstupu na trh hospodárskej súťaže, keď ustanovuje normy, ktoré sa zameriavajú iba na súčasných účastníkov trhu a existujúce podnikateľské modely či postupy. Samoregulácia môže byť pre podnikanie efektívnejšia a tieto úspory sa prenášajú na spotrebiteľov. Procesy tvorby predpisov, monitorovania, presadzovania a nápravy môžu byť tiež rýchlejšie pomocou samoregulácie ako vládnej regulácie, čo znamená, že spotrebiteľia sú chránení skôr. Samoregulácia môže tiež pomôcť podnikovým združeniam internalizovať etické správanie a princípy. Tieto pravidlá sú založené skôr na sociálnych normách a správaní sa iných firiem ako na direktívnych pravidlách zhora nadol. To môže pomôcť vštepiť hlbšie rešpektovanie a prijatie pravidiel a vyústiť do lepšieho firemného správanie a vyhnúť sa nepriaznivým situáciám, kedy sa firmy snažia nájsť výnimky z externe stanovených pravidiel.

Napr. Rada pre destiláty v USA (Distilled Spirits Council of the United States – DISCUS), obchodné združenie výrobcov alkoholických nápojov, zachováva dobrovoľný kódex zodpovedných reklamných a marketingových postupov od konca prohibície. Združenie opakovane aktualizovalo kódex v reakcii na zmeny na trhu a technologický rozvoj v priebehu dekád. Napr. DISCUS rozšíril svoj etický kódex do takej miery, aby sa zaoberal novými formami online reklamy a sociálnych médií. DISCUS tiež revidoval kódex v reakcii na odporúčania vládnych regulátorov efektívnejšie obmedziť reklamu na jednotlivcov mladších ako osemnásť rokov. Podobné samoregulačné programy vytvorili aj ďalšie obchodné združenia s alkoholickými nápojmi, vrátane Beer Institute a Wine Institute. Federálna obchodná komisia v roku 2008 uviedla, že toto odvetvie prostredníctvom samoregulácie posilnilo nezávislosť a transparentnosť v oblasti monitorovania a presadzovania samoregulačných snáh (Federal Trade Commission, 2008).

Pri pohľade na samoreguláciu v reklamnom sektore je vidieť, že viaceré agentúry reklamného priemyslu (kam patria najmä inzerenti, agentúry a médiá) vytvárajú reklamu, ktorá je v súlade so súborom etických pravidiel a to, že by mala byť slušná, čestná, pravdivá a pripravená s ohľadom na sociálnu zodpovednosť voči spotrebiteľovi, ako aj voči spoločnosti ako celku a ktorá sa vytvára pri rešpektovaní pravidiel spravodlivej hospodárskej súťaže. Tieto etické pravidlá sú vypracované vo forme kódexu a kódex Medzinárodnej obchodnej komory je veľmi často základom národných kódexov v oblasti reklamy. Samoregulácia v oblasti reklamy existuje vo väčšine súčasných členských štátov Európskej únie. Vo viacerých z nich funguje tento prístup už niekoľko desaťročí. Problémom je ale fakt, že v časti krajín zasa odvetvie reklamy podlieha podrobným právnym predpisom do takej miery, že priestor ponechaný na samoreguláciu je veľmi obmedzený. V iných krajinách existuje len málo podrobných právných predpisov a obsah reklamy efektívne regulujú samoregulačné orgány. Aj Európska únia uznáva význam samoregulácie v rámci viacerých iniciatív na európskej úrovni (EACA, 2015).

Organizácia, ktorá riadi proces samoregulácie v celej Európe, je Európska aliancia pre štandardy reklamy. Samostatným aspektom v tomto odvetví je aj samoregulácia online inzercie, ktorá vychádza z behaviorálnych zásad medziodvetvovej samoregulačnej iniciatívy vyvinutej s cieľom zaviesť celoeurópske normy na zvýšenie transparentnosti a kontroly online behaviorálnej reklamy (Castro, 2011). Na rozmanitých trhoch, ako sú USA, Brazília, Francúzsko, Austrália, India alebo Južná Afrika, boli samoregulačné organizácie v oblasti reklamy založené, aby umožňovali spotrebiteľom podávať sťažnosti na reklamy, ktoré považujú za nekalé, neetické alebo inak v rozpore so zákonmi alebo aj sociálnymi normami. Ak sú sťažnosti oprávnené, reklamy, ktoré nespĺňajú samoregulačné normy, sa upravujú alebo odstránia. Samoregulácia má teda pre spoločnosť niekoľko výhod. Pre spotrebiteľov poskytuje samoregulácia lacné, rýchle a efektívne riešenie ich sťažností a nápravy. Pre inzerentov, reklamné agentúry, médiá a všetkých ostatných hráčov v reklamnom ekosystéme má samoregulácia dlhodobý pozitívny vplyv na dôveru spotrebiteľov v značky. Je to preto, lebo propaguje zodpovedné postupy, ktoré rešpektujú preferencie spotrebiteľov (International Council for Ad Self-Regulation, 2019).

5.2.2. Digitálna a zdieľaná ekonomika

Ako vyplýva z predošlej kapitoly kľúčovou oblasťou, kde dochádza k rozvoju samoregulačnej aktivity na úrovni odvetví alebo konkrétnych aspektov, je oblasť digitálnych služieb a zdieľanej ekonomiky. Internet sa stal nástrojom a médiom, ktoré významne mení spôsob komerčných interakcií. Okrem potenciálnych hospodárskych a spoločenských výhod vystavuje digitálny priestor spoločnosť aj rôznym formám zneužívania. Je zrejmé, že je potrebné limitovať alebo smerovať správanie firiem v digitálnom priestore, aby sa zabránilo takémuto zneužitiu a možným škodám. Avšak v tejto oblasti tradičný prístup k riadeniu spoločnosti prostredníctvom štátnej regulácie nepostačuje. Práve v tomto smere a v kombinácii s faktormi prezentovanými vyššie sa do popredia z hľadiska naplňovania foriem

samoregulácie dostali digitálne platformy, ktoré spĺňajú funkciu regulátorov konkrétneho online trhoviska a sú gatekeeperom pre poskytovateľov služieb a zákazníkov. Úloha platforiem na digitálnom trhu je čoraz dôležitejšia, a to nielen ako sprostredkovateľov, ktorí spájajú obchodných hráčov a spotrebiteľov alebo medzi obchodnými hráčmi, ale aj ako sprostredkovateľov, ktorí zhromažďujú informácie od používateľov a zdieľajú ich s inými aktérmi (Wahyuningtyas, 2019).

Práve miera využívania a tempo rastu zberu spotrebiteľských digitálnych informácií sú veľmi výrazné, čo vedie k potrebe nastavenia štandardov v oblasti ochrany a zabezpečenia údajov spotrebiteľov. Tento aspekt je pre mnohé platformy príliš naliehavým v tejto oblasti, aby si mohli dovoliť čakať na riešenie na národnej alebo európskej úrovni. Takéto čakanie by im mohlo spôsobiť stratu dôvery a stratu pozície voči konkurencii. Už za roky 2009 až 2012 vydala americká Federálna obchodná komisia konkrétne usmernenia pre samoreguláciu v oblastiach ochrany súkromia spotrebiteľov. Výsledkom bolo viacero iniciatív, ktoré sa špecificky zameriavali na podporu lepšieho spracovania digitálnych informácií. Tie viedli k inováciám v oblastiach ochrany a bezpečnosti údajov. Jednou takouto iniciatívou je program TRUSTed Data. Tento program poskytoval členským projektom špecifické postupy v oblasti ochrany dát a monitorovať dodržiavanie týchto princípov. V tomto programe boli poskytované každoročné certifikácie podnikom, ktoré sa stanú súčasťou tohto programu, cez ktorý si môžu podniky zvyšovať reputáciu u technologicky náročných zákazníkoch. Napriek tomu ale v tomto programe bolo riešených vyše tisíc spotrebiteľských sťažností každým rokom. Nakoniec bol tento program rozpustený (Listokin, 2015).

Samoregulácia má v meniacich sa digitálnych odvetviach množstvo výhod. Ide najmä o oblasti, ktoré podliehajú veľmi rýchlym zmenám z hľadiska technologických zmien a zlepšení. Tu je kľúčovou oblasťou s výrazným potenciálom pre rozvoj a podporu hospodárstva, najmä s ohľadom na dopady krízy spôsobenej ochorením COVID-19. Informačné technológie

vyžadujú rýchlu reakciu platforiem a združení podnikov, ktoré riešia komerčné využívanie digitálnych inovácií. Digitálne trhoviská zhromažďujú a spracúvajú osobné údaje, ktoré sa modernými technológiami dajú veľmi inovatívne využívať na zvyšovanie kvality služieb a ponuku nových nápadov. V tomto smere je tlak na samoregulačné iniciatívy tlakom vyplývajúcim z dynamiky tohto prostredia. Pri správnom riadení sa samoregulácia prostredníctvom obchodných združení a certifikačných programov dokáže rýchlejšie a vhodnejšie prispôbiť inováciám ako vládne nariadenia a môže poskytnúť trhové riešenie informačných asymetrií medzi firmami a spotrebiteľmi tým, že poukáže na rozdielne prístupy firiem z hľadiska ich efektívnosti v oblasti ochrany osobných údajov a bezpečnosti oproti iným hráčom na trhu. Firmy môžu pomocou priemyselných štandardov zvýšiť dôveru spotrebiteľov bez toho, aby potlačili vývoj nových produktov alebo zmeny obchodného modelu. Samoregulácia sa zároveň pri presadzovaní zvyčajne spolieha na zákazníku a verejnú kontrolu (Listokin, 2015).

Silnou stránkou samoregulácie je, že môže byť flexibilná a schopná držať krok s priemyselnými zmenami, pokrokom v technológiách a novými obchodnými a podnikateľskými postupmi. Problém však je, že tieto samoregulácie môžu byť stále nedostatočné, a teda prinajlepšom neprimerané. Jedným z príkladov je prípad Facebook týkajúci sa spoločnosti Cambridge Analytica, ktorý viedol k výrazným negatívnym dopadom z hľadiska dôvery užívateľov voči potenciálne problematickému spracovaniu ich dát. Práve absencia kontroly na úrovni kľúčového hráča v čase politickej kampane viedla k spochybneniu tohto prístupu a zvýšila počet hlasov volajúcich po riešení na úrovni verejnej politiky (International Telecommunication Union, 2018).

5.3. Výsledky a vyhodnotenie aplikovania – potreba prispôsobenia tradičných legislatívnych pravidiel

Úloha a miera inovácie pri vzniku digitálneho trhu sa stala výraznejšou, ale priniesla aj právne otázky. Nová digitálna inovácia nemala jednotný efekt v podobe formovania vhodných prístupov, výsledkom čoho sa trhy uberajú vlastnou cestou z hľadiska prispôsobenia sa na nový vývoj. To ukazujú aj príklady v oblasti online platforiem zdieľaných jász alebo ubytovania či príklady digitálneho trhoviska, alebo online dopravných sietí. Zároveň do tejto rovnice vstupujú aj existujúce skupiny aktérov, ktoré sa v priestore digitálnej inovácie ocitli pod dosahom starej regulácie a v priestore konkurencie nových neregulovaných podnikateľských projektov. Otázkou je, ako v tomto smere efektívne nastaviť kombináciu samoregulácie so zmenou národnej regulácie, ktorá by sa prispôsobila novému technologickému pokroku aj v oblasti ochrany spotrebiteľa.

Táto kapitola nadväzuje na predošlé zistenia ohľadne rizík negatívnych dopadov plošných regulácií príkladmi toho, že samoregulácia v prípade tradičných odvetví, ako aj online platforiem by mohla byť lepšou alternatívou oproti legislatívnej snahe. Tá sa totiž často snaží len reagovať z pohľadu naprávania zmien, ku ktorým dochádza v existujúcich odvetviach a snaží sa o obnovenie rovnováhy medzi jednotlivými aktérmi zavedením vládneho nariadenia, ktoré má vyhovovať všetkým podnikateľským scenárom. Vládna intervencia vo forme štátnej regulácie, dozoru a kontrol môže byť naďalej nevyhnutná na ochranu verejných záujmov, ktoré samoregulácia nepokrýva alebo je ťažké ich pokryť. Úloha verejných inštitúcií by sa teda mala rozšíriť na hodnotenie výsledkov a dopadov samoregulácie v rámci zabezpečenia spravodlivej hospodárskej súťaže. Potrebne sú dva typy politik. Najskôr je potrebné ustanoviť základné princípy samoregulácie, pre ktoré je možné brať ako vzor princípy používané v EÚ. Po druhé, je potrebné aktualizovať opatrenia týkajúce sa postupu posudzovania samoregulácie v jednotlivých krajinách únie. V tejto oblasti je potrebný ďalší výskum s cieľom

posúdiť účinnosť samoregulácie ako náhrady alebo doplnku štátnej regulácie (Wahyuningtyas, 2019).

Práve preto je potrebné, aby iniciatívy samoregulácie z hľadiska minimálnych štandardov kvality v oblasti digitálnych riešení boli dopĺňané prostredníctvom znižovania a aktualizovania regulačných iniciatív najmä v oblastiach, kde je silne regulovaný prístup na trh, ako je oblasť taxislužieb alebo profesijných združení. Iba v tom prípade je v rámci odvetvia nastavené skutočne rovnocenné prostredie pre digitálnych a nedigitálnych poskytovateľov služieb. Kým digitálne riešenia skutočne znižujú prístup na trh pre nových poskytovateľov a vedia nastaviť efektívne aspekty kontroly kvality na základe verejnej kontroly a interných pravidiel, legislatívna zmena je nevyhnutná, aby z týchto zmien profitovali aj poskytovatelia, ktorí stále musia spĺňať legislatívne podmienky, ktoré nereflektujú tento technologický rozvoj. To bol kľúčový aspekt, ktorý definoval konflikt medzi dvoma táborami poskytovateľov, napr. v oblastiach taxislužieb, resp. zdieľanej jazdy, alebo v oblastiach krátkodobých prenájmov, či poskytovania kvalifikovaných služieb cez portály zdieľanej ekonomiky. Tieto zmeny v dopadoch na pôvodné podniky a aktérov v konkrétnom odvetví musí riešiť štát cez prispôsobenie verejnej legislatívy. Tento moment ale nesmie využiť na to, aby túto potrebnú legislatívnu zmenu nasledovalo plošné regulačné obmedzenie, ktoré bude mať efekt udusenía inovačného a hospodárskeho potenciálu z hľadiska kvality služieb a ochrany spotrebiteľa.

6. POSÚDENIE VÝŠKY REGULÁCIÍ V OBLASTI OCHRANY SPOTREBITEĽA V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

V tejto kapitole sa podrobnejšie pozrieme na možnosti posúdenia výšky regulácií v oblasti ochrany spotrebiteľa na Slovensku prostredníctvom metodiky zverejnenej MH SR s názvom Jednotná metodika na posudzovanie vybraných vplyvov. Bližšie si priblížime aj postavenie Slovenskej republiky v oblasti implementácie smerníc prijatých Európskou radou spoločne s Európskym parlamentom alebo Európskou komisiou, pričom dôležitou súčasťou tejto kapitoly bude aj prehľad výsledkov jednotného trhu v súvislosti s transpozíciou právnych aktov z úrovne Európskej únie do našej národnej legislatívy.

6.1. Pozícia Slovenskej republiky v kontexte implementácie EÚ smerníc v porovnaní s ostatnými krajinami

Smernice prijaté Európskou radou spoločne s Európskym parlamentom alebo Európskou komisiou sú na rozdiel od nariadení adresované a oznamované členským štátom, ktoré ich majú v stanovenej lehote povinnosť prebrať do svojho právneho poriadku (výnimkou sú situácie, kedy príslušný štát nemusí prebrať príslušnú smernicu, keďže aktuálne platná národná legislatíva už obsahuje všetky náležitosti, ktoré by mali byť transponované zo smernice). Ako uvádza Procházka a Čorba (2007), pri transpozícii smerníc členskými štátmi si je dôležité uvedomiť, že jednotlivé štáty sú povinné splniť cieľ smernice, avšak dosiahnutie tohto cieľa (spôsob transpozície) je ponechaný výlučne v kompetencii členského štátu (tzv. diskrečná právomoc). V smerniciach sa uvádza aj miera harmonizácie, ktorú je možné členiť na minimálnu a maximálnu. V prípade minimálnej harmonizácie je stanovený minimálny rozsah kritérií, ktoré musia byť transponované, pričom príslušný členský štát si môže samotné kritériá stanoviť prísnejšie (nad rámec požiadaviek smernice). Ak sú stanovené maximálne kritériá harmonizácie, v takom prípade nesmie nad túto úroveň príslušný štát zaviesť prísnejšie kritériá ako determinuje smernica.

Smernice jednotného trhu (z angl. Single Market Directives) môžu dosiahnuť zamýšľané účinky, iba ak sú úplne a správne transponované do vnútroštátnych právnych predpisov členských štátov do termínu stanoveného v týchto smerniciach. Pri každej smernici sa monitoruje jej transpozícia, aby bolo zabezpečené správne vykonávanie právnych predpisov na jednotnom trhu v členských štátoch. Výsledkom monitorovania je sledovanie deficitu transpozície (rozdielu medzi počtom smerníc o jednotnom trhu, ktoré EÚ prijíma, a smernicami, ktoré transponovali členské štáty) a deficit zhody (percentuálny podiel týchto smerníc, ktoré boli nesprávne transponované). Európska komisia vždy pravidelne reportuje tzv. Single Market Scoreboard (SMC), čo v preklade znamená Hodnotiacu tabuľku jednotného trhu. Aktuálny report hodnotí obdobie medzi decembrom 2018 a decembrom 2019 a tabuľka s výsledkami pre jednotlivé členské štáty EÚ je zverejnená ako obrázok nižšie.

Obrázok 1 Hodnotiacu tabuľku jednotného trhu

[1]	0.8	0.6	0.8	0.2	0.6	0.5	0.8	0.8	1.1	0.3	0.2	0.7	1.0	0.3	0.2	0.6	0.5	0.3	0.6	0.7	0.8	0.5	1.1	0.6	0.2	0.1	0.7	0.5	0.6
[2]	-5	-1	1	-5	-5	2	-1	3	-4	-2	-1	-1	-4	-5	-4	3	-5	-2	1	0	-1	0	6	-3	-2	n/a	1	1	-2
[3]	0	0	1	1	1	0	2	0	2	1	0	0	0	0	1	2	0	2	0	0	0	1	1	1	n/a	1	1	1	0.6
[4]	7.1	4.6	14.3	32.2	13.8	8.4	17.2	11.1	16.9	16.7	1.9	9.0	9.1	7.4	16.1	7.8	21.7	18.1	12.0	10.3	13.9	8.8	7.6	7.4	8.8	2.8	9.0	7.2	11.5
[5]	0.9	1.6	1.7	1.2	1.6	1.4	1.1	1.0	1.1	1.4	1.9	1.4	0.6	0.8	0.8	0.7	1.5	0.6	1.4	2.0	1.8	1.3	1.3	0.9	0.9	1.1	1.6	1.0	1.2
	BE	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	HR	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE	UK	EU

Zdroj: [Single MarketScoreboard](#), 2020

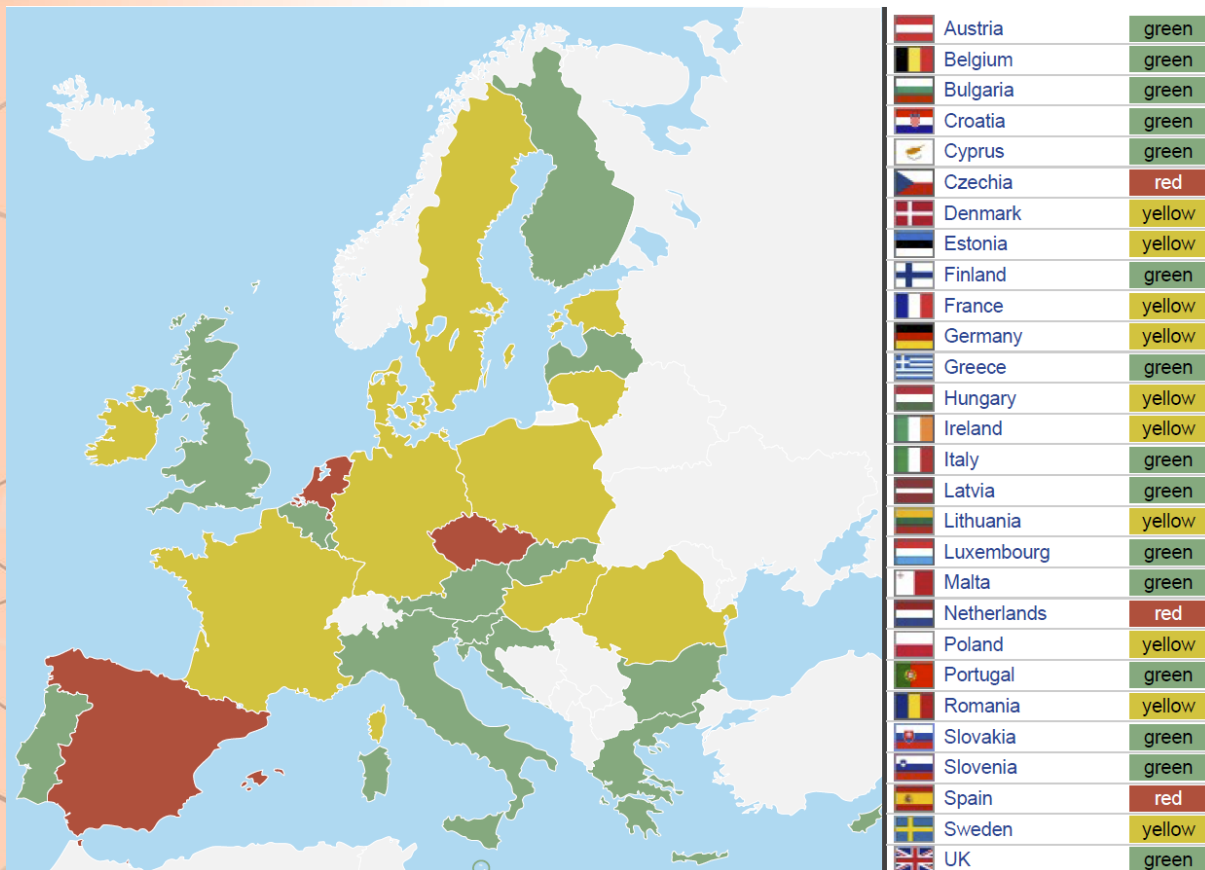
V tabuľke sa sleduje 5 indikátorov podľa rôznych kritérií:

- [1] Indikátor reprezentujúci podiel netransponovaných smerníc (deficit pri transpozícii v percentuálnom vyjadrení) – z angl. Transposition deficit (% of all directives not transposed),
- Zelená pre hodnoty $\leq 1\%$,
 - Červená pre hodnoty $> 1\%$,
- [2] Indikátor reprezentujúci zmenu počtu netransponovaných smerníc za posledných 12 mesiacov (z angl. Change over the last 12 months)
- Zelená pre hodnoty indikátora < 0 (indikujúce pokles)
 - Žltá pre hodnoty indikátora $= 0$ (bez zmeny)
 - Červená pre hodnoty indikátora > 0 (indikujúce nárast)
- [3] Indikátor reprezentujúci informáciu o počte smerníc s 2 a viac ročnou dobou oneskorenia (z angl. Long-overdue directives (2 years and more))
- Zelená pre hodnoty indikátora rovnajúceho sa $= 0$
 - Červená pre hodnoty indikátora väčšieho ako > 0
- [4] Celkové oneskorenie transpozície (v mesiacoch) pre smernice po lehote splatnosti (z angl. Total transposition delay (in months) for over due directives)
- Zelená pre hodnoty indikátora $<$ priemer
 - Žltá pre hodnoty indikátora $=$ priemer \pm
 - Červená pre hodnoty indikátora $>$ priemer
- [5] Deficit zhody (% všetkých nesprávne transponovaných smerníc) (z angl. Conformity deficit (% of all directives transposed incorrectly))
- Zelená pre hodnoty indikátora $<$ priemer
 - Žltá pre hodnoty indikátora $=$ priemer \pm
 - Červená pre hodnoty indikátora $>$ priemer

Európska komisia zverejňuje aj agregovanú hodnotu ukazovateľa zloženého zo všetkých 5-tich indikátorov, na základe ktorého je možné konštatovať, že Slovenská republika patrí

medzi 15 krajín, ktoré transponujú príslušné smernice bez problémov. Celkovo iba 3 krajiny (Česká republika, Holandsko a Španielsko) patria medzi krajiny, ktoré majú podľa zvolených kritérií najhoršie výsledky.

Obrázok 2 Agregovaná výkonnosť jednotlivých členských štátov pre všetky indikátory



Zdroj: [Single MarketScoreboard](https://ec.europa.eu/economy_finance/), 2020.

Povinnosťou krajín, ako sme uviedli vyššie v tejto kapitole, je pri transpozícii smerníc vo väčšine prípadov len naplnenie cieľu, ktorý je stanovený v smernici, pričom forma jeho dosiahnutia je plne ponechaná na príslušný členský štát. Na základe tejto skutočnosti je možné pozorovať v prípade transpozície smerníc EÚ nežiaduce javy, medzi ktoré patrí najčastejšie tzv. „gold-plating“. Pod pojmom „gold-plating“ chápu Bocci et al. (2014),

Tsipouri (2014) a Smith (2018) nesprávnu implementáciu európskych smerníc do národnej legislatívy, ktorá spočíva v tom, že transpozícia smerníc EÚ na národnej úrovni ide nad rámec toho, čo samotná smernica reálne požaduje. Inak povedané ide o pridávanie ďalších požiadaviek nad rámec právnych predpisov EÚ pri transponovaní smerníc do vnútroštátneho právneho poriadku. Podrobnejšie sa problematike „gold-platingu“ venuje vo svojej analytickej štúdii Republiková únia zamestnávateľov (2019), ktorá z teoretického pohľadu rozlišuje pri transpozícii smerníc dve formy – minimalistickú (doslovné prebratie textácie smernice so zohľadnením technickej špecifikácie) a neminimalistickú (pri transpozícii sa mení textácia, nie rozsah smernice, čím vzniká riziko samotného „gold-platingu“). Ako je možné vyčítať z obrázku 1 a 2, Slovensko pri transpozícii smerníc EÚ do národnej legislatívy patrí medzi krajiny, ktoré po obsahovej aj časovej stránke patria medzi tie zodpovedné. No i napriek tejto skutočnosti je možné na Slovensku pozorovať prípady, kedy došlo k transpozícii smerníc do našich vnútroštátnych zákonov nad rámec toho, čo smernica skutočne požadovala. Práve už zmienená analýza Republikovej únie zamestnávateľov (2019) sa v bode 3 podrobne venuje analýze neodôvodneného „gold-platingu“ v procese transpozície do Slovenského národného poriadku a poukazuje na konkrétnych identifikovaných príkladoch výskyt „gold-platingu“ v našich lokálnych zákonoch.

6.2. Kvantifikácia výšky regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa na podnikateľský sektor na Slovensku podľa aktuálne platnej legislatívy

Pri posudzovaní vplyvov dopadov regulácie sa veľmi často využíva Analýza (alebo Hodnotenie) regulačných dopadov (z angl. Regulatory Impact Analysis (or Assessment)), skrátene RIA. Ako uvádza OECD (2021), RIA predstavuje sústavu metód používaných pri systematickom vyhodnocovaní negatívnych alebo pozitívnych dopadov variant navrhovaných (ex ante) či existujúcich (ex post) regulácií, pričom samotné regulačné opatrenia predstavujú súbor rozmanitých nástrojov, pomocou ktorých vláda a štátna správa

realizuje požiadavky na jednotlivcov a skupiny s cieľom ovplyvniť ich chovanie. Ide najmä o zákony, nariadenia vlády a iné formy regulácie.

V roku 2018 (24. januára 2018) bola schválená uznesením vlády SR č. 32/2018 RIA 2020 – Stratégia lepšej regulácie, ktorá vychádza z metodiky OECD (2008). Ako uvádza MH SR (2021c) na svojom webovom sídle, táto stratégia „obsahuje súbor princípov a nástrojov, ktorých implementácia v konečnom dôsledku povedie k optimalizácii regulačného prostredia a k zvýšeniu transparentnosti celej tvorby zákonov a nelegislatívnych dokumentov, sekundárne aj k zlepšeniu podnikateľského prostredia“. Stratégia sa skladá z piatich strategických cieľov, ktoré sú zamerané na zvyšovanie povedomia verejnosti o lepšej regulácii, na zvyšovanie kvality procesu ex ante posudzovania vplyvov, zavedenie systematického ex post hodnotenia regulácií, na implementovanie inovatívnych prístupov tvorby regulácií a na vytvorenie podmienok pre zapojenie ďalších subjektov do aktivít lepšej regulácie. V súvislosti so stratégiou lepšej regulácie MH SR (2021d) vypracovalo Jednotnú metodiku na posudzovanie vybraných vplyvov, ktorá bola schválená uznesením vlády SR č. 24 zo 14. januára 2015 v znení uznesenia vlády SR č. 513 zo 16. septembra 2015, uznesenia vlády SR č. 76 z 24. februára 2016 a uznesenia vlády SR č. 234 z 5. mája 2021. Práve aktualizovaná verzia Jednotnej metodiky účinná od 1. 6. 2021 zavádza princíp deklarovaný v Stratégii lepšej regulácie – RIA 2020 schválenej v roku 2018 „ONE IN, ONE OUT“ (od roku 2021), resp. „ONE IN, TWO OUT“ (od roku 2022). V prípade nových regulácií budú mať predkladatelia povinnosť nezvyšovať regulačnú záťaž v prvej fáze a následne ju znižovať v rámci regulácií v ich kompetencii. Súčasťou zavedenia novej regulácie má byť vyčíslenie finančného vplyvu nárastu regulačnej záťaže a zároveň navrhnutý ekvivalentný pokles. Táto novinka má napomôcť k riešeniu problému regulačného zaťaženia, ktoré sa najčastejšie prejavuje nárastom počtu výkazov, hlásení, obmedzení a pod. Jednotná metodika posudzovania vybraných vplyvov účinná od 1. 6. 2021 upravuje aj prílohy, konkrétne ide o doložku vybraných vplyvov (Príloha č. 1), Analýzu vplyvu na podnikateľské prostredie

(Príloha č. 3a), Kalkulačku vplyvov na podnikateľské prostredie (Príloha č. 3b), Analýzu sociálnych vplyvov (Príloha č. 4), Analýzu vplyvov na informatizáciu spoločnosti (Príloha č. 6) a zaviedla sa nová príloha Analýza vplyvov na manželstvo, rodičovstvo a rodinu (Príloha č. 8), ktorej gestorom je Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR. Kompletné znenie Jednotnej metodiky účinnej od 1. 6. 2021 vrátane aktuálnych príloh nájdete na webovej stránke MH SR <<https://www.mhsr.sk/podnikatelske-prostredie/jednotna-metodika/jednotna-metodika-na-posudzovanie-vybranych-vplyvov-znenie-ucinne-od-162021>>.

Pri posudzovaní výšky regulácií v oblasti ochrany spotrebiteľa budeme vychádzať z metodiky Štandardného nákladového modelu (z angl. Standard Cost Model – skr. SCM), ktorého manuál je podrobne predstavený Európskou Komisiou (2004). Tento manuál vychádza z návrhu metodiky merania administratívnych nákladov z dielne OECD. Z SCM modelu vychádza aj Jednotná metodika posudzovania vybraných vplyvov z dielne MH SR, pričom v našej štúdii budeme pri kalkulácii nákladov regulácie pracovať s prílohami 3a Analýza vplyvu na podnikateľské prostredie a 3b Kalkulačka vplyvov podnikateľského prostredia. Samotnou podstatou SCM modelu je rozklad regulácie a paragrafového znenia do súboru menších, ľahšie merateľných povinností a ich následné nákladové (peňažné) vyjadrenie plnenia.

Tabuľka 2 Počet podnikateľských subjektov podľa vybraných právnych foriem

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Obchodné spoločnosti	183 531	200 104	207 486	217 107	230 298	239 844
akciové spoločnosti	5 340	5 516	5 387	5 311	5 401	5 404

spoločnosti s ručením obmedzeným	176 956	193 300	200 782	210 490	223 569	233 117
ostatné obchodné spoločnosti	1 235	1 288	1 317	1 306	1 328	1 323
Družstvá	1 323	1 353	1 367	1 396	1 429	1 424
Štátne podniky	18	15	13	12	12	12
Fyzické osoby - podnikatelia	338 467	346 992	348 327	330 378	349 020	339 000
SPOLU	523 339	548 464	557 193	548 893	580 759	580 280

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠU SR, 2021.

Metodika výpočtu nákladov regulácie je uvedená v prílohe 1. Pre potreby našej práce budeme analyzovať povinnosti vyplývajúce z 8 právnych predpisov, ktoré sme v súvislosti s ochranou spotrebiteľa na Slovensku analyzovali v kapitole 3.1. Na to, aby sme mohli kvantifikovať náklady regulácie v podobe povinností, ktoré vyplývajú z jednotlivých právnych predpisov pre jednotlivé podnikateľské subjekty, sme z údajov Štatistického úradu SR získali informácie o počte podnikateľských subjektov. Pre potreby našej analýzy medzi podnikateľské subjekty zaraďujeme obchodné spoločnosti (akciové spoločnosti, spoločnosti s ručením obmedzeným, ostatné obchodné spoločnosti), družstvá, štátne podniky a FO – podnikateľov. Celkový počet podnikateľských subjektov podľa vybraných právnych foriem od roku 2015 po rok 2020 (dáta za rok 2021 ešte nie sú k dispozícii) uvádzame v tabuľke 2.

Tabuľka 3 Celkový prepočítaný počet podnikateľských subjektov podľa počtu zamestnancov na základe evidovaných počtov podnikateľských subjektov s počtami zamestnancov

Počet zamestnancov	2015	2016	2017	2018	2019	2020

0 - 49	počet podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	299 601	287 838	294 117	300 162	313 396	305 823
	podiel na celkovom počte podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	98,88%	98,88%	98,81%	98,82%	98,89%	98,93%
	prepočítaný počet podnikov	517 487	542 307	550 574	542 418	574 299	574 093
50 - 249	počet podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	2 763	2 667	2 890	2 918	2 868	2 667
	podiel na celkovom počte podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	0,91%	0,92%	0,97%	0,96%	0,90%	0,86%
	prepočítaný počet podnikov	4 772	5 025	5 410	5 273	5 256	5 007
0 - 249 (MSP)	počet podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	302 364	290 505	297 007	303 080	316 264	308 490
	podiel na celkovom počte podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	99,79%	99,79%	99,78%	99,78%	99,79%	99,80%
	prepočítaný počet podnikov	522 259	547 332	555 984	547 691	579 555	579 099
250 a viac	počet podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	625	601	646	665	657	629
	podiel na celkovom počte podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	0,21%	0,21%	0,22%	0,22%	0,21%	0,20%
	prepočítaný počet podnikov	1 080	1 132	1 209	1 202	1 204	1 181
SPOLU	počet podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	302 989	291 106	297 653	303 745	316 921	309 119
	podiel na celkovom počte podnikov, ktoré uviedli počet zamestnancov	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	prepočítaný počet podnikov	523 339	548 464	557 193	548 893	580 759	580 280

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠU SR, 2021.

V metodike výpočtu nákladov regulácie sa odporúča, aby posudzovanie nákladov regulácie bolo kvantifikované na relevantné podnikateľské subjekty podľa počtu zamestnancov (mikro podniky, malé a stredne veľké podniky) alebo na podnikateľské subjekty podľa odvetvia,

v ktorom pôsobia, prípadne ak nie je možné určiť cieľovú skupinu podnikateľských subjektov podľa veľkosti alebo odvetvia, na ktoré sa príslušná regulácia vzťahuje, použije sa celkový počet podnikateľských subjektov. Na základe analýzy vybraných právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa a identifikovaných povinností podnikateľských subjektov budeme pracovať pri kvantifikácii nákladov regulácie so sektorom malých a stredných podnikov (skratka MSP; počet zamestnancov od 0 do 249), pričom s ohľadom na charakter identifikovaných povinností budeme pracovať s počtami podnikateľských subjektov v členení podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností (t. j. podľa odvetvia). Štatistický úrad SR zbiera údaje o počte podnikateľských subjektov v závislosti od počtu zamestnancov, avšak nie všetky podnikateľské subjekty reportujú tieto údaje. Preto bolo potrebné z dostupných údajoch o počtoch podnikateľských subjektov, ktoré vykázali Štatistickému úradu SR tento údaj, prepočítať na celkový počet evidovaných podnikateľských subjektov na Slovensku. Tento prepočet je uvedený v tabuľke 3.

Na základe štruktúry (relatívneho podielu) podnikateľských subjektov podľa počtu zamestnancov následne v tabuľke 4 kvantifikujeme prepočítaný počet podnikateľských subjektov v kategórii s počtom zamestnancom od 0 do 249 (MSP), nakoľko Štatistický úrad SR zverejňuje iba počty podnikateľských subjektov podľa vybraných právnych noriem a štatistickej klasifikácie ekonomických činností (t. j. zverejňuje štatistické informácie o všetkých podnikateľských subjektoch bez ohľadu na počet zamestnancov). Ako je možné vidieť v tabuľke 3, MSP tvoria dlhodobo približne 99,80 % zo všetkých podnikateľských subjektov na Slovensku. Z údajov vo všetkých tabuľkách prezentujeme vývoj za posledných 6 rokov, čím sme chceli ilustrovať najmä trend. V sledovanom období je možné pozorovať celkový nárast počtu podnikateľských subjektov na Slovensku, pričom v roku 2020 najmä z dôvodu nepriaznivej ekonomickej situácie spôsobenej pandémiou COVID-19 sa celkový počet podnikateľských subjektov znížil o 479. Pre potreby našej analýzy, v ktorej kvantifikujeme výšku nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa na Slovensku platnej

v roku 2021 budeme pracovať s počtom podnikateľských subjektov za rok 2020 (prípadne s inými informáciami o počtoch podnikateľských subjektov, ktoré budeme pri vyčísľovaní nákladov regulácie používať).

Tabuľka 4 Prepočítaný počet MSP (s počtom zamestnancov od 0 do 249) podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností

Prepočítaný počet MSP podľa odvetvia	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Slovenská republika spolu	522 259	547 332	555 984	547 691	579 555	579 099
Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov (A)	21 307	22 795	22 375	20 414	21 386	21 059
Ťažba a dobývanie (B)	220	226	225	220	241	269
Priemyselná výroba (C)	67 870	69 571	72 445	73 066	77 764	76 265
Dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu (D)	529	531	523	553	579	581
Dodávka vody; čistenie a odvod odpadových vôd (E)	1 366	1 439	1 501	1 530	1 665	1 769
Stavebníctvo (F)	88 696	90 897	93 428	93 505	103 462	104 037
Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov (G)	120 377	128 922	118 195	105 233	104 820	99 792
Doprava a skladovanie (H)	18 324	18 752	19 755	19 701	21 331	22 084
Ubytovacie a stravovacie služby (I)	19 143	19 447	19 193	18 259	19 076	18 868
Informácie a komunikácia (J)	19 889	20 779	22 879	23 734	26 078	26 706
Finančné a poisťovacie činnosti (K)	10 266	10 912	12 164	16 187	12 511	12 939

Činnosti v oblasti nehnuteľností (L)	13 597	14 280	14 990	15 531	16 596	17 201
Odborné, vedecké a technické činnosti (M)	70 570	74 353	78 736	79 738	84 871	85 825
Administratívne a podporné služby (N)	29 936	32 185	35 362	36 246	41 575	44 195
Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie (O)	11	11	13	13	14	14
Vzdelávanie (P)	6 801	7 256	7 874	7 830	8 530	8 325
Zdravotníctvo a sociálna pomoc (Q)	11 529	11 360	11 100	10 882	10 914	10 622
Umenie, zábava a rekreácia (R)	4 404	4 650	5 083	5 204	7 158	7 464
Ostatné činnosti (S)	17 425	18 964	20 143	19 846	20 985	21 073

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠU SR, 2021.

Jedným z dôležitých vstupov, ktoré sa pri vyčíslovaní najmä administratívnej úrovne nákladov používa v tomto modeli je priemerná výška hrubej mzdy v národnom hospodárstve. V Kalkulačke vplyvov na podnikateľské prostredie uvádza Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky priemernú mzdu na Slovensku za rok 2019, preto sme sa ju pre potreby tejto štúdie rozhodli nahradiť priemernou mzdou na Slovensku za rok 2020 podľa údajov Štatistického úradu SR na úrovni 1 133 €.

Tabuľka 5 Prehľad analyzovaných právnych predpisov vrátane počtu identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty vrátane počtu kvantifikovateľných povinností

	Počet identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty	z toho kvantifikovateľných
Zákon o ochrane spotrebiteľa	14	11

Zákon o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho	10	7
Zákon o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov	0	0
Zákon o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu	3	2
Zákon o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu	14	5
Zákon o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa	3	3
Zákon o reklame	0	0
Zákon o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku	2	1
SPOLU	46	29

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021.

Celkovo podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností rozlišujeme 19 odvetví, do ktorých sú podnikateľské subjekty rozdelené podľa svojej ekonomickej činnosti. S ohľadom na charakter zákonov, ktoré sú predmetom tejto analýzy, je kvantifikácia nákladov regulácie na počty podnikateľských subjektov, ktorých sa dané povinnosti uvedené v nich dotýkajú, z nášho pohľadu lepšia pri členení subjektov podľa odvetví ako len podľa počtu zamestnancov. Pri niektorých povinnostiach sme vychádzali priamo z počtov podnikateľských subjektov alebo priemerného počtu podnikateľských subjektov, ktoré boli orgánmi dozoru konkrétne identifikované v priebehu posledných rokov. V tabuľke 5 uvádzame zoznam právnych predpisov, ktoré boli predmetom kvantifikácie nákladov

regulácie s počtom identifikovaných povinností, ktoré z príslušných právnych predpisov pre podnikateľské subjekty vyplývajú. Z ôsmich zákonov bolo iba v šiestich z nich identifikovaných celkovo 46 povinností, pričom iba 29 z nich bolo kvantifikovateľných. Povinnosti, pri ktorých nebolo možné stanoviť náklady regulácie, uvádzame v jednotlivých tabuľkách s príznakom nekvantifikovateľné.

Pre každý zákon postupne uvedieme spracované výsledky kvantifikácie nákladov regulácie v tabuľkách 6 až 11. Jednotlivé tabuľky budú obsahovať poradové číslo identifikovanej povinnosti v príslušnom zákone, paragraf a paragrafové znenie, poznámku, ktorá bližšie špecifikuje, o aký typ nákladu ide vrátane predpokladov, ktoré sme pri kvantifikácii nákladu použili, informáciu o identifikovanom odvetví podnikateľských subjektov, na ktoré sa vzťahuje príslušná povinnosť, predpokladaný počet dotknutých podnikateľských subjektov, z kalkulačky vplyvov na podnikateľské prostredie excelovského súboru MH SR sme prevzali do tejto tabuľky informácie o štandardnej časovej náročnosti alebo sme uviedli náš expertný odhad trvania povinnosti (min./štandardizovaná povinnosť podľa formulára; pri expertnom odhade uvádzame aj predpoklady, na základe ktorých bol odhad realizovaný), výšku administratívnych nákladov na 1 podnikateľský subjekt (v EUR), priame a nepriame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (v EUR), frekvenciu plnenia povinnosti a celkové náklady regulácie na podnikateľský sektor. Celkové náklady regulácie sme následne vypočítali ako súčet súčinu jednotlivých typov nákladov a dotknutých podnikateľských subjektov (Počet podnikateľských subjektov * Administratívne náklady + Počet podnikateľských subjektov * Priame finančné náklady + Počet podnikateľských subjektov * Nepriame finančné náklady).

Tabuľka 6 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o ochrane spotrebiteľa

P.č.	Paragraf	Paragrafové znenie	Poznámka	Identifikované odvetvia	Počet dotknutých podnikateľských subjektov	Štandardná časová náročnosť alebo Expertný odhad trvania povinnosti (min./štandard dizovaná povinnosť podľa formulára)	Administratívne náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Priame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Nepriame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Frekvencia plnenia povinnosti	Celkové náklady na podnikateľské subjekty
1	§ 4 ods. 1 písm. a) & § 4 ods. 12	predávať výrobky v správnej hmotnosti, miere alebo v správnom množstve a umožniť spotrebiteľovi prekontrolovať si správnosť týchto údajov & Povinnosť umožniť spotrebiteľovi prekontrolovať si hmotnosť výrobku podľa odseku 1 písm. a) sa vzťahuje na predávajúceho, ktorý predáva výlučne výrobky predávané na množstvo	administratívne náklady - kvantifikácia a času spojená s kontrolou správnosti týchto údajov (predpokladáme splnenie tejto povinnosti 1x týmto subjektom do roka)	Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov; Ťažba a dobývanie; priemyselná výroba; Stavebníctvo; Veľkoobchod a maloobchod; Ostatné činnosti;	322 495	100 min./Poskytnutie súčasnosti	11,80 €	- €	- €	nepravideľne/je dnorazovo	3 806 112,86 €

2	§ 4 ods. 1 pís. m. b)	<p>administratívne náklady - nutnosť informovať o tejto skutočnosti slovom alebo písmom; kvantifikuje čas, ktorý predávajúci spotrebuje na informovanie spotrebiteľa o predaji tovarov v nižšej ako bežnej kvalite (predpokladáme, že na túto povinnosť vynaloží každý podnikateľský subjekt čas iba raz do roka, pričom predpokladáme vytvorenie všeobecného dokumentu, ktorý následne subjekt bude môcť v obdobných prípadoch používať dookola)</p> <p>predávať výrobky a poskytovateľ služby v bežnej kvalite; ak kvalita nie je predpísaná, môže predávajúci predávať výrobky v nižšej ako bežnej kvalite, len ak spotrebiteľ a upozorní na všetky rozdiely</p>	Všetky podnikateľské subjekty (MSP)	579 099	60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie & 100 min./Poskytnutie súčinnosti	18,88 €	- €	- €	nepravidelne/je dnorazovo	10 935 319,45 €
---	-----------------------	---	-------------------------------------	---------	--	---------	-----	-----	---------------------------	-----------------

3	§ 4 ods. 1 písm. e)	zabezpečiť hygienické podmienky pri predaji výrobkov a poskytovaní služieb	nekvantifikovateľné náklady – bez podrobnejších informácií od jednotlivých podnikateľských subjektov z odvetví nie je možné relevantne kvantifikovať túto povinnosť; splnenie hygienických podmienok je závislé od odvetvia, v ktorom podnik pôsobí, nedá sa stanoviť všeobecne pre všetky podnikateľské subjekty	-	-	-	- €	- €	- €	-	- €
4	§ 4 ods. 1 písm. f)	dodržiavať pri predaji výrobkov a poskytovaní služieb podmienky skladovania výrobkov určených výrobcom alebo osobitným predpisom tak, aby nedošlo k ich znehodnoteniu	administratívne náklady - kvantifikácia a času, ktorý štandardne pri naplnení tejto povinnosti alokuje podnikateľský subjekt	Všetky podnikateľské subjekty (predpokladáme, že aj subjekty poskytujúce služby musia v určitej miere dodržiavať pri predaji výrobkov a poskytovaní služieb podmienky skladovania určitých druhov tovaru, surovín či materiálu).	579 099	300 min./Evidencia, vedenie dokumentácie	35,41 €	- €	- €	nepravideľne/je dnorazovo	20 503 723,97 €

5	§ 4 ods. 1 písm. g)	predviest' spotrebit' el'ovi výrobok, ak to povaha výrobu umožňuje	administratívne náklady - spojené s časovou alokáciou, ktorú musí vynaložiť podnikateľský subjekt pre naplnenie tejto povinnosti; časová alokácia sa môže líšiť v závislosti od odvetvia; z dostupných údajov nie je možné jednoznačne určiť počet podnikateľských subjektov s príslušnou časovou kvantifikáciou, preto uvažujeme o jednotnej časovej alokácii pri vybraných podnikateľských subjektoch jednorazovo	Priemyselná výroba; Stavebníctvo; ; Veľkoobchod a maloobchod, oprava motorových vozidiel a motocyklov; Činnosti v oblasti nehnuteľností; Ostatné činnosti	318 368	100 min./Poskytnutie súčinnosti	11,80 €	- €	- €	nepravideľne/jednorazovo	3 757 405,67 €
6	§ 5 ods. 5	Povinnosť predávajúceho zodpovedáť za škodu, ktorú spôsobil spotrebit' el'ovi porušením § 5 ods. 1.	nekvantifikovateľné - táto povinnosť nie je z dôvodu absencie relevantných vstupných údajov o počte škodových udalostí v jednotlivých podnikateľských subjektoch kvantifikovateľná	-	-	-	- €	- €	- €	-	- €

7	§ 6 ods . 1	Na trh možno uviesť, ponúkať alebo predávať len bezpečné výrobky; to neplatí pre použité výrobky dodané ako starožitnosti alebo pre výrobky, ktoré sa majú pred použitím opraviť alebo obnoviť, ak o tom dodávateľ preukáže efektívne informoval osobu, ktorej výrobok dodáva.	administratívne náklady - spojené s informovaním spotrebiteľa o dodávke výrobku, ktorý je potrebné opraviť alebo obnoviť	Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov	99 792	60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie & 460 min./Inventarizácia	7,08 €	- €	- €	nepravideľne/je dnorazovo	706 652,10 €
8	§ 6 ods . 3	Výrobky, ktoré pre svoje vlastnosti majú určenú dobu spotreby, sa nesmú uviesť na trh po uplynutí doby spotreby. Predávajúci je povinný takéto výrobky najneskôr v posledný deň doby spotreby stiahnuť z trhu.	administratívne náklady - spojené so stiahnutím výrobkov v posledný deň spotreby (predpokladáme, že stiahnutie tovarov v posledný deň spotreby je čiastočne kompenzované pravidelným dokladaním tovarov a služieb, avšak pre naplnenie tejto povinnosti	Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov; Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov; stavebníctvo	224 887	100 min./Poskytnutie súčinnosti & 460 min./Inventarizácia	264,37 €	- €	- €	4-krát ročne (štvrtročne)	59 452 626,57 €

			budeme uvažovať o tom, že vybrané podnikateľské subjekty realizujú danú skutočnosť 4-krát do roka)								
9	§ 6 ods. 5	Ak sa predávajúci dozvie akékoľvek skutočnosť, ktoré nasvedčujú tomu, že predal spotrebiteľovi výrobok, ktorý je nebezpečný, je povinný spotrebiteľovi a bez zbytočného odkladu o tom informovať. Ak nemožno jednotlivých spotrebiteľov informovať, je predávajúci povinný informovať účinným spôsobom verejnosť a orgány	administratívne náklady (okrem administratívnych nákladov, pri ktorých predpokladáme jednorazovú časovú alokáciu na prípravu oznámenia a prípadné zverejnenie na webovom sídle podnikateľského subjektu, nevieme z dostupných údajov relevantne kvantifikovať nepriame náklady, ktoré tvoria náklady na zverejnenie informácie o nebezpečnom výrobku formou inzercie v médiách – napr. formou	Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov; Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov; stavebníctvo	224 887	60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	7,08 €	- €	- €	nepravideľne/je dnorazovo	1 592 481,07 €

		verejnej správy, ktoré vykonávajú dozor, dohľad alebo kontrolu (ďalej len "dozor") nad dodržiavaním ustanovení tohto zákona.	krátkeho článku v novinách)										
10	§ 6 ods . 7	Spotrebiteľ má právo vrátiť výrobok, ktorý je nebezpečný, výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi alebo dodávateľovi. Ak spotrebiteľ uplatní toto právo, výrobca, predávajúci, dovozca alebo dodávateľ je povinný vziať späť takýto výrobok a najneskôr v lehote do troch pracovných dní od prevzatia	administratívne náklady - nie je možné presne kvantifikovať frekvenciu nastatia danej situácie, v ktorej vznikne podnikateľskému subjektu povinnosť prevziať naspäť výrobok, rovnako tak nie je možné kvantifikovať všeobecné náklady, ktoré vzniknú podnikateľskému subjektu vo vzťahu k dodávateľovi, ktorý mu daný tovar dodal	Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov; Ťažba a dobývanie; priemyselná výroba; Stavebníctvo ; Veľkoobchod a maloobchod ; Ostatné činnosti;	322 495	100 min./Poskytnutie súčinnosti	11,80 €	- €	- €	nepravideľne/jednorazovo	3 806 112,86 €		

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

	výrobku vrátiť spotrebitelovi kúpnu cenu výrobku vrátane účelne vynaložených nákladov, ktoré je spotrebitel povinný preukázať. Výrobca alebo dovozca je povinný vziať späť výrobok, ktorý je nebezpečný, aj vtedy, ak spotrebitel nemá doklad o kúpe výrobku.										
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

11	§ 6 ods. 8	<p>Ak výrobca, predávajúci, dovozca alebo dodávateľ zistili, že výrobok, ktorý uviedli na trh, je nebezpečný, sú povinní túto skutočnosť bezodkladne oznámiť orgánu dozoru a uviesť informácie o opatreniach, ktoré prijali alebo ktoré treba prijať na zabránenie ohrozeniu spotrebiteľa. Orgán dozoru je povinný informáciu o nebezpečnom výrobku bez zbytočného odkladu zverejniť na svojom webovom sídle a zaslať na zverejnenie verejnoprávny informáciám</p>	<p>administratívne náklady - kvantifikácia a bude vychádzať z priemerného počtu oznámení, ktoré následne orgán dohľadu zverejnil na svojom webovom sídle za roky 2017, 2018, 2019 a 2020 - predpokladáme, že každé oznámenie bolo realizované samostatným subjektom.</p>	<p>Priemerný počet nebezpečných výrobkov zistených SOI medzi rokmi 2017 až 2020 (2017 - 111 výrobkov; 2018 - 115 výrobkov; 2019 - 99 výrobkov; 2020 - 66 výrobkov) - predpokladáme, že 1 nebezpečný výrobok pripadá na 1 podnikateľský subjekt, ktorému vzniknú v tejto súvislosti administratívne náklady; Priemerný počet oznámení/subjektov, ktorým vznikne povinnosť oznámenia - 98</p>	98	60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie & 100 min./Poskytnutie súčinnosti	18,88 €	- €	- €	nepravideľne/jednorazovo	1 850,57 €
----	------------	--	--	---	----	--	---------	-----	-----	--------------------------	------------

		inštitúciám, ktoré sú povinné tieto informácie bezodkladne uverejniť ako oznam.										
12	§ 8 ods. 5 a 7	Klamlivé konanie a klamlivé opomenutie - požiadavky na informácie vo vzťahu k obchodnej komunikácii vrátane reklamy alebo marketingu	nekvantifikovateľné	-	-	-	- €	- €	- €	-	-	- €

13	§ 10a až § 18	<p>Oblasť "Informačných povinností" z pohľadu predávajúceho, vývozců a dovozcu vrátane označovania výrobkov cenami</p>	<p>administratívne náklady - predpokladáme, že všetkým podnikateľským subjektom v segmente MSP vzniknú náklady spojené s naplnením požadovaných informačných povinností, ktoré vyplývajú z príslušného zákona; presný odhad nákladov, ktoré súvisia s informačnými povinnosťami uvedenými v § 10a až § 18 nie je možný, nakoľko reálna výška závisí najmä od druhov výrobkov, ktoré podnikateľský subjekt ponúka a následne aj od počtu jednotlivých druhov, ktoré však k dispozícii nemáme; budeme preto predpokladať a odhadneme, že naplnenie tejto</p>	Všetky podnikateľské subjekty (MSP)	579 099	650 min./Vypracovanie dokumentu alebo správy & 60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	83,79 €	- €	- €	nepravideľne/je dnorazovo	48 525 480,06 €
----	---------------	--	--	-------------------------------------	---------	---	---------	-----	-----	---------------------------	-----------------

			administratívnej povinnosti budú realizovať všetky subjekty 1x ročne.								
14	§ 20 ods. 3 písm. a)	Orgán dozoru je povinný vykonať kontrolu bezpečnosti výrobu alebo služby a na tento účel je oprávnený vyžiadať potrebné informácie od výrobcu, predávajúceho, dovozcu alebo	administratívne náklady - kvantifikácií a času spojená s dodaním vyžadovaných informácií podnikateľským subjektom orgánu dozoru (v roku 2020 bola kontrola vykonaná podľa údajov SOI uvedených vo výročnej správe v celkovej 10 287	Počet kontrol realizovaných SOI v prevádzkarniach zameraných na predaj výrobkov a poskytovanie služieb v roku 2020	10 287	100 min./Poskytnutie súčinnosti & 60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	18,88 €	- €	- €	nepravideľne/je dnorazovo	194 252,85 €

		dodávateľ a, prevádzkármi zameraných na predaj výrobkov a poskytovaní e služieb).									
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka 7 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho

p. č.	Paragraf	Paragrafové znenie	Poznámka	Identifikované odvetvia	Počet dotknutých podnikateľských subjektov	Štandardná časová náročnosť (v min.) alebo Expertný odhad trvania povinnosti (min./štandardizovaná povinnosť podľa formulára)	Administratívne náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Priame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Nepriame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Frekvencia plnenia povinnosti	Celkové náklady na podnikateľské subjekty
1	§ 2 ods. 1	Zmluvou uzavretou na diaľku sa na účely tohto zákona zmluva medzi predávajúcim a spotrebiteľom	administratívne náklady - uvažujeme so vznikom nákladov pre podnikateľský subjekt 1x do roka (každý subjekt vytvorí jednu zmluvu, ktorú následne	Priemyselná výroba; Dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu; Dodávka vody, čistenie a odvod	369 243	650 min./Vypracovanie dokumentu/správy	76,71 €	- €	- €	nepravidelne/jednorazovo	28 325 938,27 €

	m dohodnutá a uzavretá výlučne prostredníctvom jedného alebo viacerých prostriedko v diaľkovej komunikácii e bez súčasnej fyzickej prítomnosti predávajúce ho a spotrebiteľa , a to najmä využitím webového sídlu, elektronickej j pošty, telefónu, faxu, adresného listu alebo ponukového katalógu.	modifikuje podľa spotrebiteľov a ďalej uvažujeme iba s možnosťou elektronickej distribúcie zmluvy (tento predpoklad je potrebný z toho titulu, že nemáme informácie o celkovom počte uzatvorených zmlúv na diaľku, preto nie je reálne odhadnúť počet zmlúv, ktoré boli realizované výlučne písomne))	odpadový h vôd; Stavebníctvo; o; Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov ; doprava a skladovanie ; ubytovacie a stravovacie služby; Informácie a komunikácia; Finančné a poisťovacie činnosti; Činnosti v oblasti nehnutelností; Administratívne a podporné služby; Ostatné činnosti								
§ 2 ods. 7	Trvanlivým nosičom sa na účely tohto zákona rozumie prostriedok,	administratívne náklady - uvažujeme o tom, že každý podnikateľský subjekt bude mať v zmysle	Priemysel á výroba; Dodávka elektriny, plynu, pary a studeného	369 243	60 min./Archivácia & 300 min./Evidencia, vedenie dokumentácie	42,49 €	- €	- €		nepravideľne/ jednorazovo	15 688 211,96 €

	ktorý umožňuje spotrebiteľovi alebo predávajúcejmu uchovať jemu adresované informácie spôsobom umožňujúci ich použitie v budúcnosti na časové obdobie zodpovedajúce účelu týchto informácií a ktorý umožňuje nezmenené reprodukovanie uložených informácií najmä papier, e-mail, USB kľúč, CD, DVD, pamäťová karta či pevný disk počítača.	tohto nariadenia archivované zmluvy v elektronickej podobe (fyzickú archiváciu, ktorá spočíva v archivácii zmluvy v listinnej podobe, nevieme kvantifikovať bez údajov o počte zmlúv za jednotlivé podnikateľské subjekty, ktoré spadajú pod toto paragrafové znenie)	vzduchu; Dodávka vody, čistenie a odvod odpadových vôd; Stavebníctvo; Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov; doprava a skladovanie; ubytovanie a stravovacie služby; Informácie a komunikácia; Finančné a poisťovacie činnosti; Činnosti v oblasti nehnuteľností; Administratívne a podporné služby; Ostatné činnosti						
--	--	---	---	--	--	--	--	--	--

3	§ 3	Poskytovanie informácií pred uzavretím zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho	administratívne náklady - povinnosti vyplývajúce z tohto paragrafu podnikateľského subjektu vyvolajú jednorazové náklady a pri opakovaní uzatvorenia zmlúv sa len modifikujú už pripravené dokumenty (predpokladá sa, že každý subjekt vynaloží náklady na splnenie ustanovení v tomto paragrafe jednorazovo)	Priemysel a výroba; Dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu; Dodávka vody, čistenie a odvod odpadových vôd; Stavebníctvo; Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov; doprava a skladovanie; ubytovanie a stravovacie služby; Informácie a komunikácia; Finančné a poisťovacie činnosti; Činnosti v oblasti nehnuteľností; Administratívne náklady - povinnosti vyplývajúce z tohto paragrafu podnikateľského subjektu vyvolajú jednorazové náklady a pri opakovaní uzatvorenia zmlúv sa len modifikujú už pripravené dokumenty (predpokladá sa, že každý subjekt vynaloží náklady na splnenie ustanovení v tomto paragrafe jednorazovo)	369 243	100 min./Poskytnutie súčinnosti	11,80 €	- €	- €	nepravideľne/ jednorazovo	4 357 836,66 €
---	-----	--	---	--	---------	---------------------------------	---------	-----	-----	---------------------------	----------------

				ívne a podporné služby; Ostatné činnosti														
4	§ 4 ods. 1, 2, 4 a 5	Podmienky uzatvárania zmluvy uzavretej na diaľku a zmluvy uzavretej mimo prevádzkov ých priestorov predávajúce ho	nepriame náklady - jednorazové náklady spojené s doplnením funkcionality na webovú stránku podnikateľské ho subjektu, ktorá splní ustanovenia tohto paragrafového znenia (predpokladan ý jednorazový náklad vo výške 100 € - cena stanovená po konzultácií s IT špecialistami pracujúcimi v komerčnej sfére zameranej na tvorbu webových stránok a aplikácií - kalkulovaná ako priemer hodinovej sadzby a	Priemyseln á výroba; Dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu; Dodávka vody, čistenie a odvod odpadovýc h vôd; Stavebníctv o; Veľkoobcho d a maloobcho d; oprava motorových vozidiel a motocyklov ; doprava a skladovanie ; ubytovacie a stravovacie služby; Informácie a komunikáci a; Finančné a poisťovacie činnosti;	369 243	-	- €	- €	100,00 €	nepravideľne/ jednorazovo	36 924 300,00 €							

		očakávaného počtu hodín, ktoré by jednotliví IT špecialisti potrebovali na implementáciu)	Činnosti v oblasti nehnuteľností; Administratívne a podporné služby; Ostatné činnosti								
5	§ 4 ods. 7	V prípade zmluvy o službách uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho musí byť výslovný súhlas podľa odseku 6 zaznamenaný na trvanlivom nosiči.	administratívne náklady - predpokladáme, že súhlas bude uchovaný elektronicky; z dostupných údajov nemáme informácie o počte zmlúv o službách uzavretých mimo prevádzkových priestorov predávajúceho, preto predpokladáme, že vzniknú náklady spojené s týmto úkonom jednorazovo	Priemyselná výroba; Dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu; Dodávka vody, čistenie a odvod odpadových vôd; Stavebníctvo; Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov; doprava a skladovanie; ubytovanie a stravovacie služby; Informácie a	369 243	60 min./Archivácia & 300 min./Evidencia, vedenie dokumentácie	42,49 €	- €	- €	-	15 688 211,96 €

			komunikácia; Finančné a poisťovacie činnosti; Činnosti v oblasti nehnuteľností; Administratívne a podporné služby; Ostatné činnosti								
6	§ 5 ods. 1 až 4	Ak predávajúci telefonicky kontaktuje spotrebiteľa s ponukou na uzavretie zmluvy, musia byť spotrebiteľovi na začiatku každého rozhovoru oznámené identifikačné údaje predávajúceho alebo osoby, v mene ktorej sa hovor uskutočňuje, v rozsahu podľa § 3 ods. 1 písm.	nekvantifikovateľné - neexistujú presné počty takýchto operácií, preto nie je možné relevantne kvantifikovať túto povinnosť (náklad predstavuje počet telefonátov x cena telefonátu (resp. počet telefonistov x počet paušálov alebo predplatených minút)).	-	-	-	- €	- €	- €	-	- €

	b), obchodný zámer telefonickej komunikáci e, a ak ide o odpltnú zmluvu, aj informácia o povinnosti zaplatiť za tovar alebo službu alebo uhradiť iné náklady a poplatky.										
7	§ 6 ods. 1 a 2	Predávajúci je povinný bezodkladn e po uzavretí zmluvy uzavretej na diaľku, najneskôr spolu s dodaním tovaru alebo do začatia poskytovani a služby, poskytnúť spotrebiteľa vi potvrdenie o uzavretí zmluvy na	administratív e náklady – predpokladám e elektronickú distribúciu a archivovanie týchto zmlúv, nakoľko nemáme konkrétne informácie o počtoch takto uzavretých zmlúv	Priemyseln á výroba; Dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu; Dodávka vody, čistenie a odvod odpadovýc h vôd; Stavebníctv o; Veľkoobcho d a maloobcho d; oprava motorových vozidiel a motocyklov ; doprava a	369 243	60 min./Archivácia	7,08 €	- €	- €	nepravidelne/jedn orazovo	2 614 701,99 €

	trvanlivom nosiči.		skladovanie; ubytovacie a stravovacie služby; Informácie a komunikácia; Finančné a poisťovacie činnosti; Činnosti v oblasti nehnuteľností; Administratívne a podporné služby; Ostatné činnosti							
8	§ 7, 8, 9 a 10	Upravujú podmienky odstúpenia od zmluvy	nekvantifikovateľné - v daných ustanoveniach príslušných paragrafov sú určené povinnosti predávajúcich, avšak ich vznik je determinovaný počtom odstúpení od zmluvy, pričom tento údaj za podnikateľský sektor	-	-	-	- €	- €	- €	- €

		nemáme k dispozícií a kvantifikácia tohto ukazovadla by viedla výrazne ku skresleným hodnotám pri absencii relevantných údajov								
9	§ 11 ods. 3 a 4	Organizátor predajnej akcie (ďalej len „organizátor“) alebo predávajúci je povinný najneskôr 20 dní pred uskutočnením predajnej akcie písomne oznámiť uskutočnenie predajnej akcie (ďalej len „písomné oznámenie“) Ústrednému inšpektorátu Slovenskej	Podľa výročnej správy SOI za rok 2020 prijala od podnikateľských subjektov 645 oznámení o pripravovaných predajných akciách. Predpokladáme, že okrem nákladov na ohlásenie, oznámenia a poskytnutie informácie, v rámci ktorých predpoklad	645	60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	7,08 €	- €	0,85 €	nepravidelne/jednorazovo	5 115,66 €

	<p>obchodnej inšpekcie (ďalej len „ústredný inšpektorát“) a inšpektorát u Slovenskej obchodnej inšpekcie príslušnému podľa miesta konania predajnej akcie.</p>		<p>áme aj vypracovaní e materiálov (táto možnosť bola zvolená z dôvodu, že sa jedná o tie isté subjekty, ktoré opakovane vykonávajú predajné akcie) a pri ktorej predpokladáme, že ich následne pošle ako listovú zásielku orgánu dohľadu (predpokladaná váha zásielky 100g/0,80 €/1 zásielka + 1 obálka 0,05 € = dokopy 0,85 €).</p>								
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

10	§ 15	Správne delikty	nekvantifikovateľné - v tomto paragrafe sú uvedené pokuty pri špecifikovaných správnych deliktoch, pričom tieto nie je možné kvantifikovať s ohľadom na nedostupnosť dát o výskyte jednotlivých typov správnych deliktov	-	-	-	- €	- €	- €	-	- €
----	------	-----------------	--	---	---	---	-----	-----	-----	---	-----

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka 8 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu

P.č.	Paragraf	Paragrafové znenie	Poznámka	Identifikované odvetvia	Počet dotknutých podnikateľských subjektov	Štandardná časová náročnosť (v min.) alebo Expertný odhad trvania povinnosti (min./štandardizovaná povinnosť podľa formulára)	Administratívne náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Priame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Nepriame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Frekvencia plnenia povinnosti	Celkové náklady na podnikateľské subjekty
1	§ 3 ods. 1 až 6	Poskytovanie informácií pred uzavretím zmluvy	administratívne náklady - náklady spojené s vytvorením formulára	Približný počet cestovných agentúr (2 996) je prevzatý z publikácie z roku 2018 https://www.grantjournal.com/issue/0802/PDF/0802machac.pdf a počet cestovných kancelárií v roku 2021 (298) je prevzatý zo stránky SOI:	3 294	650 min./Vypracovanie dokumentu /správy & 100 min./Posky	88,52 €	- €	60,00 €	nepravidelne /jednorazovo	489 210,47 €

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

	a reklam a	v v elektronic kej podobe alebo tlačenej (ďalej uvažujem e pre jednoduc hosť s jeho elektronic kou verziou, ktorá bude dostupná spotrebit eľom elektronic ky, nakoľko nemáme komplexn é informáci e o počte takto vydaných písomnýc h formuláro v)	https://www.soi.sk/sk/zoznam-cestovnych-kancelarii/zoznam-cestovnych-kancelarii.soi?ind= & Predpokladáme, že preklad informácií bude realizovaný raz ročne iba do anglického jazyka (predpoklad rozsahu dokumentu sú 4 NS x 15 €/NS).		tnutie súčinnosti						
2	§ 4 ods. 1 až 9 & § 5 ods. 1 až 3	Zmluv y o poskyt ovaní niekto rých služieb cestov ného ruchu	administratívne náklady - predpokladáme, že podnikateľským subjektom vzniknú náklady s vytvorením zmlúv podľa tohto paragrafu raz ročne, rovnako tak s prekladom dokumentov (predpokladáme rozsah 4 NS x 15€/NS)	Približný počet cestovných agentúr (2 996) je prevzatý z publikácie z roku 2018 https://www.grantjournal.com/issue/0802/PDF/0802machac.pdf a počet cestovných kancelárií v roku 2021 (298) je prevzatý zo stránky SOI: https://www.soi.sk/sk/zoznam-cestovnych-kancelarii/zoznam-cestovnych-kancelarii.soi?ind= & Predpokladáme, že preklad zmlúv bude realizovaný raz ročne iba do anglického jazyka (predpoklad rozsahu dokumentu sú 4 NS x 15 €/NS).	3 294	650 min./Vypracovanie dokumentu /správy & 100 min./Poskytnutie súčinnosti	88,52 €	- €	60,00 €	nepravideľne /jednorazovo	489 210,47 €

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

3	Osobitné ustanovenia týkajúce sa zmlúv o poskytovaní dlhodobých rekreačných služieb - Predávajúci je povinný zaslať spotrebiteľovi výzvu na úhradu písomne alebo na inom trvanlivom nosiči, ktorý je spotrebiteľovi ľahko dostupný aspoň 14 kalendárnych dní pred dátumom splatnosti každej splátky.	Nekvantifikovateľné - nie je možné z dostupných údajov určiť presný počet úkonov, ktoré museli podnikateľské subjekty v súvislosti s touto požiadavkou vykonať.	-	-	-	- €	- €	- €	-	- €
---	--	---	---	---	---	-----	-----	-----	---	-----

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka 9 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu

P.č.	Paragraf	Paragrafové znenie	Poznámka	Identifikované odvetvia	Počet dotknutých podnikateľských subjektov	Štandardná časová náročnosť (v min.) alebo Expertný odhad trvania povinnosti (min./štandardizovaná povinnosť podľa formulára)	Administratívne náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Priame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Nepriame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Frekvencia plnenia povinnosti	Celkové náklady na podnikateľské subjekty
1	§ 7 ods. 1 písm. a)	Povinnosti cestovnej agentúry - označiť predajné miesto a materiály propagujúce zájazdy alebo spojené služby cestovného ruchu a iné materiály, ktoré sa týkajú predaja zájazdov alebo spojených služieb cestovného ruchu určené pre cestujúcich vrátane ich elektronických podob slovami „cestovná	administratívne náklady - náklady spojené s vyhotovením označenia predajného miesta (príprava materiálu a jeho tlač), brať do úvahy počet cestovných agentúr		2 996	60 min./Ohlásenie, poskytnutie informácie	7,08 €	- €	- €	nepravidelne /jednorazovo	21 215,43 €

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

		agentúra “, ak toto označeni e neobsah uje už jej obchodn é meno.									
§ 8 ods. 1 pís m. a) až e)	2	Povinnosť cestovnej kancelárie - označiť predajné miesto a materiál y propagujú úce zázjazy alebo spojené služby cestovného ruchu a iné materiály, ktoré sa týkajú predaja zázjazy alebo spojených služieb cestovného ruchu určené pre cestujúc eho vrátane ich elektron ických podôb slovami „cestov ná kancelári a“	administratívne náklady - náklady spojené s vyhotove ním označeni a predajné ho miesta (príprava materiálu a jeho tlač), brať do úvahy budeme počet cestovných kancelárií operujúc ich na území Slovensk ej republiky	Počet cestovných kancelárií v roku 2021 (298) je prevzatý zo stránky SOI: https://www.soi.sk/sk/zoznam-cestovnych-kancelarii/zoznam-cestovnych-kancelarii.soi?ind=	298	60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	7,08 €	- €	- €	nepravidelne /jednorazovo	2 110,21 €

3	§ 9 až 13	Ochrana pre prípad úpadku	nekvantifikovateľné - náklady spojené s ochranou pre prípad úpadku cestovných kancelárií nie je možné kvantifikovať, nakoľko predmetné poistné na každé takéto poistenie je výsledkom interných poistnomatematických modelov príslušných poisťovní, ktoré poistné pre jednotlivé subjekty na základe posúdení a rizík a poistného kmeňa kalkulujú; kvantifikácia ostatných povinností súvisiacich s ochranou pred úpadkom cestovných kancelárií nie je možná z dôvodu absencie	-	-	- €	- €	- €	-	- €
---	-----------	---------------------------	--	---	---	-----	-----	-----	---	-----

		podrobných údajov									
4	§ 14	Poskytovanie informácií pred uzatvorením zmluvy o zájazde	<p>administratívne náklady - všetky povinnosti uvedené v príslušnom paragrafe pre cestovné kancelárie a agentúry sú kvantifikovateľné - je možné ich splniť vytvorením základného všeobecného dokumentu, ktorý sa mení v závislosti od destinácie a typu poskytnutej služby, preto v našom prípade budeme uvažovať, že tieto povinnosti budú vykonávať iba cestovného kancelárii</p> <p>Približný počet cestovných agentúr (2 996) je prevzatý z publikácie z roku 2018 https://www.grantjournal.com/issue/0802/PDF/0802machac.pdf a počet cestovných kancelárií v roku 2021 (298) je prevzatý zo stránky SOI: https://www.soi.sk/sk/zoznam-cestovnych-kancelarii/zoznam-cestovnych-kancelarii.soi?ind=</p>	3 294	650 min./Vypracovanie dokumentu /správy & 60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	83,79 €	- €	- €	nepravidelne /jednorazovo	276 020,04 €	

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

		<p>e alebo agentúry raz ročne (dáta o počte poskytnutých informácií pred uzatvorením zmluvy o zájazde nie sú k dispozícii v agregovanej podobe, preto očakávané administratívne náklady spojené s prípravou dokumentov v zmysle uvedených povinností budú započítané len raz v priebehu roka a multiplikované počtom cestovných agentúr a kancelárií). Poskytnutie informácií môže byť v písomnej alebo elektronickej forme (s ohľadom na absenciu počtu uzatvore</p>								
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

		ných zmlúv o zájazdoch budeme uvažovať iba o elektronickej forme zmluvy).									
5	§ 15	Poskytovanie informácií pred sprostredkovaním spojených služieb cestovného ruchu	administratívne náklady - spojené najmä s poskytnutím informácií uvedených v § 15 ods. 1 prostredníctvom formulárov uvedených v prílohe č. 2 predmetného zákona, pri ktorých budeme uvažovať o spracovaní všetkých formulárov v rámci prílohy č. 2 tohto zákona raz ročne, pričom formulár bude distribuovaný elektronicke (pre	Približný počet cestovných agentúr (2 996) je prevzatý z publikácie z roku 2018 https://www.grantjournal.com/issue/0802/PDF/0802machac.pdf a počet cestovných kancelárií v roku 2021 (298) je prevzatý zo stránky SOI: https://www.soi.sk/sk/zoznam-cestovnych-kancelarii/zoznam-cestovnych-kancelarii.soi?ind=	3 294	650 min./Vypracovanie dokumentu /správy & 60 min./Ohlasenie, oznámenie, poskytnutie informácie	83,79 €	- €	- €	nepravidelne /jednorazovo	276 020,04 €

		kvantifikáciu papierovej formy formulárov nám chýbajú dáta o počte uzatvorených zmlúv papierovou formou)									
6	§ 16 a 17	Zmluva o zájazde a poskytovanie zájazdu	<p>administratívne náklady - kvantifikácia nákladov spojených s vytvorením a uchovaním zmluvy o zájazde; zákon umožňuje zmluvu medzi spotrebiteľom a cestovnou kanceláriou alebo cestovnou agentúrou uzatvoriť elektronicke, v takom prípade je potrebné, aby ihneď po podpise dostal spotrebiteľ túto zmluvu alebo potvrdenie v elektronickej podobe</p> <p>Približný počet cestovných agentúr (2 996) je prevzatý z publikácie z roku 2018 https://www.grantjournal.com/issue/0802/PDF/0802machac.pdf a počet cestovných kancelárií v roku 2021 (298) je prevzatý zo stránky SOI: https://www.soi.sk/sk/zoznam-cestovnych-kancelarii/zoznam-cestovnych-kancelarii.soi?ind=</p>	3 294	650 min./Vypracovanie dokumentu /správy & 60 min./Ohlasenie, oznámenie, poskytnutie informácie	83,79 €	- €	- €	nepravidelne /jednorazovo	276 020,04 €	

		(v našom prípade budeme uvažovať o distribúcii mailom), v prípade fyzického uzatvorenia je potrebné, aby prijal spotrebitel listinnú formu (túto formu kvantifikovať nevieme, nakoľko nie sú k dispozícii informácie o počte zmlúv, ktoré boli uzatvorené v listinnej podobe, preto nemôžeme kvantifikovať administratívne náklady spojené s tlačou); v prípade zmluvy o zájazde a poskytovaní zájazdu budeme uvažovať o tom, že cestovnej agentúre alebo kancelárii vzniknú náklady jednorazovo počas roka s tvorbou								
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

			zmluvy, ktorú následne budú modifikovať len na základe údajov o spotrebiteľovi a parametroch služby výlučne elektronicke, a teda potvrdenie o uzatvorení budú distribuovať elektronicke prostredníctvom emailu								
7	§ 18	Postúpenie zmluvy o zájazde	nekvantifikovateľné - nemáme dostatok informácií a údajov o počtoch prípadov, v ktorých došlo k postúpeniu zmluvy o zájazde, nakoľko povinnosti z tohto paragrafu vyplývajú z postúpenia zmluvy	-	-	- €	- €	- €	-	- €	
8	§ 19 ods. 1 až 5	Zmena ceny zájazdu	nekvantifikovateľné - administratívne náklady, ktoré vzniknú	-	-	- €	- €	- €	-	- €	

			cestovnej kancelárii v prípade zmeny ceny (nárast alebo pokles) nie je možné z dostupných údajov kvantifikovať								
9	§ 20	Zmena iných podmienok zmluvy o zájazde	nekvantifikovateľné - náklady spojené s týmto ustanovením zákona z pohľadu podnikateľských subjektov nie je možné všeobecne kvantifikovať, nakoľko nemáme údaje o počtoch prípadov, v ktorých došlo k zmene iných podmienok zmluvy o zájazde	-	-	- €	- €	- €	-	- €	
10	§ 21	Odstúpenie od zmluvy o zájazde pred začatím zájazdu	nekvantifikovateľné - náklady spojené s týmto ustanovením zákona z pohľadu podnikateľských subjektov nie je možné všeobecne	-	-	- €	- €	- €	-	- €	

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

			kvantifikovať, nakoľko nemáme údaje o počtoch prípadov, v ktorých došlo k odstúpeniu od zmluvy o zájazde pred začatím zájazdu								
1 1	§ 22	Zodpovednosť za poskytovanie zájazdu	nekvantifikovateľné - náklady spojené s týmto ustanovením zákona z pohľadu podnikateľských subjektov nie je možné všeobecne kvantifikovať, nakoľko nemáme údaje o počtoch prípadov ustanovených podľa tohto paragrafu	-	-	- €	- €	- €	-	- €	
1 2	§ 23 - 24	Náhrada škody	nekvantifikovateľné - náklady spojené s týmto ustanovením zákona nie je možné pre príslušné podnikateľské subjekty kvantifikovať,	-	-	- €	- €	- €	-	- €	

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

			nakoľko nemáme informáciu o počtoch prípadoch, v ktorých bolo potrebné pristúpiť k náhrade škody								
13	§ 25	Kontakt s cestovnou kanceláriou prostredníctvom cestovnej agentúry a povinnosť poskytnúť pomoc	nekvantifikovateľné - náklady spojené s týmto ustanovením zákona nie je možno pre príslušné podnikateľské subjekty kvantifikovať (chýbajú podrobnejšie údaje)	-	-	- €	- €	- €	-	- €	
14	§ 33a	Prechodné ustanovenia súvisiace s mimoriadnou situáciou týkajúcou sa ochorenia a COVID-19	nekvantifikovateľné - bezpochyby aktuálna situácia spojená s ochorením COVID-19 vyvolala a vyvolá náklady podnikateľským subjektom a pôsobiacim v tomto segmente, avšak z dostupných dát v súčasnosti	-	-	- €	- €	- €	-	- €	

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

			i nie je možné kvantifikovať ich výšku s ohľadom na povinnosti uvedené v tomto zákone na všetky podnikateľské subjekty v tomto sektore								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka 10 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa

P. č.	Paragraf	Paragrafové znenie	Poznámka	Identifikované odvetvia	Počet dotknutých podnikateľských subjektov	Štandardná časová náročnosť (v min.) alebo Expertný odhad trvania povinnosti (min./štandardizovaná povinnosť podľa formulára)	Administratívne náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Priame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Nepriame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Frekvencia plnenia povinnosti	Celkové náklady na podnikateľské subjekty
1	§ 7 ods. 1 až 5	Práva a povinnosti kontrolovaných osôb	administratívne náklady - pri kvantifikácii budeme vychádzať z údajov o výsledkoch kontrolnej činnosti SOI za rok 2020, v ktorom bol celkový počet kontrolovaných	Výsledky kontrolnej činnosti SOI za rok 2020 (výročná správa SOI 2020)	10 287	100 min./Poskytnutie súčinnosti & 650 min./Vypracovanie dokumentu/správy	88,52 €	- €	- €	nepravidelne/jednorazovo	910 560,23 €

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

			prevádzka rmi na úrovni 10 287								
2	§ 8 a 8a	Ochranné opatrenia	administratívne náklady - kvantifikácia nariadenia a kontrolovanej osobe informovať o nebezpečných stavoch ohrozenia života alebo zdravia osoby, ktoré by mu mohli byť vystavené v prípadoch , ak bolo uložené ochranné opatrenie	Výsledky kontrolnej činnosti SOI za rok 2020 (výročná správa SOI 2020)	10 287	100 min./Poskytnutie súčinnosti	11,80 €	- €	- €	nepravidelne/jed norazovo	121 408,03 €
3	§ 9	Pokuty	nepriame náklady - prevzaté z výročnej správy SOI za rok 2020	Informácie z výročnej správy SOI za rok 2021: Počet pokút 714 v celkovej výške 584 055 € (jedna peňažná pokuta v hodnote 818 €)	714	-	- €	818,00 €	-		584 055,00 €

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka 11 Kvantifikácia nákladov regulácie identifikovaných povinností vyplývajúcich pre podnikateľské subjekty podľa Zákona o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku

P. č.	Paragraf	Paragrafové znenie	Poznámka	Identifikované odvetvia	Počet dotknutých podnikateľských subjektov	Štandardná časová náročnosť (v min.) alebo Expertný odhad trvania povinnosti (min./štandardizovaná povinnosť podľa formulára)	Administratívne náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Priame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Nepriame finančné náklady na 1 podnikateľský subjekt (EUR)	Frekvencia plnenia povinnosti	Celkové náklady na podnikateľské subjekty
1	§ 4 ods. 1 až 12	Informovanie spotrebiteľa pred uzavretím zmluvy na diaľku	administratívne náklady - spojené s prípravou všetkých požadovaných informácií, ktoré je podnikateľský subjekt povinný poskytnúť spotrebiteľovi podľa tohto zákona; síce táto povinnosť vzniká podnikateľskému subjektu pri každom spotrebiteľovi, tak v našom prípade predpokladáme, že podnikateľskému subjektu vzniknú náklady len raz v priebehu roka (príprava zmluvnej dokumentácie všeobecného charakteru, ktorú	Počet dotknutých subjektov vypočítaný na základe údajov subjektov v databáze NBS (subjekty.nbs.sk)	40 064	650 min./Vypracovanie dokumentu alebo správy & 60 min./Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	83,79 €	- €	- €	nepravidelne/je dnorazovo	3 357 154,53 €

			následne v závislosti od spotrebiteľa upraví do takej podoby, aby na individuálnej báze naplnil uvedené povinnosti)									
2	§ 7 ods. 1 a 2	Nevyžitia dané služby	nekvantifikovateľné - z meritu tohto paragrafového ustanovenia je viac ako pravdepodobné, že podnikateľskému subjektu vzniknú v takomto prípade náklady, ktoré však nie je možné štandardizovať kvantifikovať, nakoľko nemáme dostupné informácie o počte prípadov, kedy došlo k poskytovaniu u nevyžiadanych služieb	-	-	-	- €	- €	- €	-	- €	

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka nižšie agreguje výsledky kvantifikácie nákladov regulácie identifikovaných povinností pre podnikateľské subjekty v jednotlivých zákonoch v hodnote 263,689 mil. €. Najvyšší až 58,13 % podiel na celkových identifikovaných nákladoch predstavujú povinnosti vyplývajúce zo zákona o ochrane spotrebiteľa (v hodnote 153,282 mil. €). Druhý najvyšší podiel majú povinnosti vyplývajúce zo zákona o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho s podielom 39,29 % (v hodnote 103,604 mil. €). Tretí najvyšší podiel tvoria povinnosti identifikované v zákone o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku, ktoré tvoria iba 1,27 % podiel na celkových identifikovaných nákladoch regulácie (v hodnote 3,357 mil. €). Zvyšné 3 zákony majú dokopy iba 1,31 % podiel na celkových nákladoch regulácie (v hodnote 3,446 mil. €).

Tabuľka nižšie agreguje výsledky kvantifikácie nákladov regulácie identifikovaných povinností pre podnikateľské subjekty v jednotlivých zákonoch v hodnote 263,689 mil. €. Najvyšší až 58,13 % podiel na celkových identifikovaných nákladoch predstavujú povinnosti vyplývajúce zo zákona o ochrane spotrebiteľa (v hodnote 153,282 mil. €). Druhý najvyšší podiel majú povinnosti vyplývajúce zo zákona o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho s podielom 39,29 % (v hodnote 103,604 mil. €). Tretí najvyšší podiel tvoria povinnosti identifikované v zákone o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku, ktoré tvoria iba 1,27 % podiel na celkových identifikovaných nákladoch regulácie (v hodnote 3,357 mil. €). Zvyšné 3 zákony majú dokopy iba 1,31 % podiel na celkových nákladoch regulácie (v hodnote 3,446 mil. €).

Tabuľka 12 Zhrnutie kvantifikácie nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa

	Administratívne náklady	Priame finančné náklady	Nepriame finančné náklady	Náklady regulácie spolu	Podiel
Zákon o ochrane spotrebiteľa	153 282 018,03 €	- €	- €	153 282 018,03 €	58,13%
Zákon o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho	66 679 468,25 €	- €	36 924 848,25 €	103 604 316,50 €	39,29%

Zákon o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov	- €	- €	- €	- €	0,00%
Zákon o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu	583 140,94 €	- €	395 280,00 €	978 420,94 €	0,37%
Zákon o zázadoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu	851 385,77 €	- €	- €	851 385,77 €	0,32%
Zákon o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa	1 031 968,27 €	- €	584 055,00 €	1 616 023,27 €	0,61%
Zákon o reklame	- €	- €	- €	- €	0,00%
Zákon o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku	3 357 154,53 €	- €	- €	3 357 154,53 €	1,27%
SPOLU	225 785 135,78 €	- €	37 904 183,25 €	263 689 319,03 €	100,00%

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Pri vyššie uvedených nákladoch regulácie je dôležité podotknúť, že z celkového počtu 46 identifikovaných povinností bolo možné kvantifikovať iba 29 (63,04 %) najmä z dôvodu absencie podrobnejších údajov, ktoré by umožnili relevantne stanoviť počty podnikateľských subjektov, ktorých sa daná povinnosť týka. Rovnako tak pri väčšine povinností bola stanovená frekvencia splnenia danej povinnosti jednorazovo, resp. nepravidelne. Aj pri tomto parametre nebolo možné pracovať s historickými empirickými informáciami, ktoré by výrazne prispeli k spresneniu výsledkov. Na základe týchto obmedzení je možné označiť tento náš výpočet za mierne optimistický. Pre kvalitnejšie ex post hodnotenie regulácie a určite aj pri návrhu ex ante regulačných opatrení by bolo prospešné, ak by sa na základe povinností vyplývajúcich z existujúcich právnych predpisov v čo najväčšej možnej miere začali zbierať údaje o ich počtoch (prípadne formou štatistického zisťovania na určitej vzorke subjektov zistiť, aký podiel

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

z oslovených skupín podnikateľských subjektov z určitého odvetvia je vystavené plneniu niektorých povinností, pokiaľ sa daná povinnosť nevzťahuje na celý sektor alebo odvetvie).

Celkovú odhadnutú úroveň nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa ešte porovnáme s úrovňou hrubého domáceho produktu na Slovensku v bežných cenách v roku 2020, čo podľa údajov Štatistického úradu SR predstavovalo 91 555,30 mil. €. Podiel odhadnutých nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa bol v roku 2020 na úrovni približne 0,29 % HDP krajiny.

7. NÁVRHY RIEŠENÍ A OPATRENÍ

V nasledujúcej kapitole si uvedieme návrhy riešení a opatrení nových možností zabezpečovania ochrany spotrebiteľa, ktoré by sa mohli stať súčasťou legislatívneho prostredia, prípadne prispievajú k zníženiu byrokratickej záťažnosti subjektov alebo prispievajú k efektívnejšiemu fungovaniu tohto odvetvia. Zoznam návrhov riešení a opatrení uvádzame nižšie:

- realizovať komplexný audit a revíziu právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa s cieľom zefektívnenia súčasne platnej regulácie v kontexte znižovania byrokratickej záťaže na podnikateľské subjekty (v zmysle „ONE IN, ONE OUT“ alebo „ONE IN, TWO OUT),
- zamerať sa na posúdenie úrovne transpozície aktuálne platných právnych predpisov, smerníc a nariadení EÚ v našich právnych predpisoch,
 - eliminovať výskyt tzv. gold-platingu, t. j. identifikovať prípady, kedy boli nariadenia EÚ transponované vo väčšom rozsahu, resp. nad rámec toho, čo vyžadovala samotná smernica,
- výsledky auditu a revízie právnych predpisov zakomponovať do vytvorenia súboru minimálnych požiadaviek na ochranu spotrebiteľa s konkrétnymi podmienkami nielen pre výrobcov, predajcov, dovozcov či dodávateľov (ponukovú stranu trhu), ale aj pre spotrebiteľov (dopytovú stranu trhu),
 - preniesť mieru zodpovednosti okrem poskytovateľov služieb aj na spotrebiteľov a zároveň vytvoriť priestor a podmienky na edukáciu spotrebiteľov,
- umožniť poskytovanie povinných informácií určených právnymi predpismi spotrebiteľom predajcami, výrobcami, dovozcami alebo dodávateľmi

elektronickou online formou v čo najväčšom možnom rozsahu aj pri fyzickom uzatvorení zmluvy či realizovaní nákupu v predajni,

- o napr. sprístupnením celej obchodnej dokumentácie online prostredníctvom načítania QR kódu, prístupom ku cloudovému úložisku alebo zasielaním na mail – pri nákupe bude mať spotrebiteľ možnosť výberu medzi fyzickou alebo elektronickou dokumentáciou,

- kontinuálne pokračovať v ex post kvantifikovaní nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa, každú identifikovanú povinnosť zo strany podnikateľských subjektov posúdiť v kontexte efektívnosti (zníženie časovej náročnosti na jej implementáciu) a pridanej hodnoty vo vzťahu k ochrane spotrebiteľa,
- s ohľadom na kvantifikovanie nákladov pristúpiť k efektívnejšiemu zberu a najmä spracovaniu údajov jednotlivými orgánmi dozoru s možnosťou agregovania údajov v jednej centrálnej databáze, nakoľko jednotlivé povinnosti môžu byť sledované viacerými orgánmi a takto agregované a spracované informácie môžu slúžiť ku komplexnému informovaniu spotrebiteľov o tom, ako sú na tom z pohľadu plnenia povinností jednotlivé podnikateľské subjekty (rovnako ako sa vedie evidencia dlžníkov na zdravotnom či sociálnom poistení, aj v tomto prípade by si mohli spotrebiteľia príslušný podnikateľský subjekt overiť),
 - o zber špecifických údajov potrebných pre kvantifikovanie nákladov regulácie by bolo možné realizovať formou dotazníkového prieskumu prostredníctvom združení, asociácií či cechov reprezentujúcich jednotlivé odvetvia alebo skupiny subjektov, ktorých sa daná regulačná povinnosť týka,
- posúdiť pri jednotlivých povinnostiach vyplývajúcich z príslušnej regulácie dostupnosť trhových riešení sledovania ich napĺňania a dodržiavania (istá forma samoregulácie, v ktorej sa jednotlivé subjekty zaviazujú k dodržiavaniu určitých

pravidiel (kódexov), ktoré následne interne posudzujú a v prípade, ak ich subjekt poruší, tak pristúpia k riešeniu problému;

- môže ísť o vytvorenie podmienok samoregulácie vo vybraných odvetviach z úrovne štátu, pričom orgány dozoru by vykonávali kontrolu ich dodržiavania,
- úloha verejných inštitúcií by sa teda mala rozšíriť na hodnotenie výsledkov a dopadov samoregulácie v rámci zabezpečenia spravodlivej hospodárskej súťaže,
- najskôr je potrebné ustanoviť základné princípy samoregulácie, pre ktoré je možné brať ako vzor princípy používané v EÚ,
- po druhé, je potrebné aktualizovať opatrenia týkajúce sa postupu posudzovania samoregulácie v jednotlivých krajinách únie,
- v tejto oblasti je potrebný ďalší výskum s cieľom posúdiť účinnosť samoregulácie ako náhrady alebo doplnku štátnej regulácie, pričom samoregulácia v súčasnosti funguje v sektore zdieľanej ekonomiky,
- samoregulácia má najväčší význam v odvetviach s veľkým počtom podnikateľských subjektov, medzi ktorými dochádza k pravej trhovej súťaži a dochádza v nich k veľmi rýchlym technologickým zmenám a zlepšeniam,
- intenzívnejšie využívanie hodnotenia kvality poskytovaných tovarov a služieb spotrebiteľmi, čo môže prispieť k budovaniu reputácie podnikateľských subjektov a k snahe o dodržiavanie právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa (šťasti už takýto systém funguje prostredníctvom e-commerce platforiem ako Heureka alebo Pricemania, ktoré okrem sledovania cien sledujú aj hodnotenia a spokojnosť spotrebiteľov so službami daného podnikateľského subjektu)
 - takéto informácie by boli veľmi užitočné pre orgány dozoru, ktoré by tak mohli pri riešení priestupkov a porušení zákona zohľadňovať aj ich reputáciu založenú na (ne)spokojnosti spotrebiteľov,

- pri hodnotení alebo poskytnutí recenzie (pozitívnej alebo negatívnej) spotrebiteľmi budú musieť podnikateľské subjekty zabezpečiť, aby recenzie pochádzali od skutočných spotrebiteľov (t. j. od tých, ktorí tovar alebo službu reálne zakúpili) – snaha zamedziť klamlivej reklame,
- plne vykonať digitalizáciu, uskutočniť elektronizáciu a štandardizovať povinnosti podnikateľských subjektov vo vzťahu k orgánom dozoru – napr. namiesto papierových vykazovacích formulárov či ich excelovských verzií mať funkčné elektronické formuláre, ktoré by tak zabezpečili vo väčšej miere štandardizované poskytovanie informácií zo strany podnikateľských subjektov,
 - informácie, ktoré o podnikateľskom subjekte má štát k dispozícii by boli automaticky vyplnené, nevyžadovali by sa, čo by výrazne odbúrало časovú náročnosť realizovania daného úkonu,
- zamerať sa na dosiahnutie rovnakej úrovne ochrany spotrebiteľa pri online nákupoch ako pri offline nákupoch,
 - bez ohľadu na to, či kupujem tovar alebo si objednávam poskytnutie služby online alebo offline, mám nárok na tovar či službu v rovnakej kvalite.

ZHRNUTIE

Rozvoj oblasti ochrany spotrebiteľa v posledných rokoch nabral na dôležitosť, pretože nielen na Slovensku, ale aj v celom rozvinutom svete môžeme pozorovať neustály nárast spotreby tovarov a služieb, čo je zapríčinené globálne väčším počtom obyvateľov na planéte, rozvojom digitálnych technológií a internetu či rastúcej životnej úrovne obyvateľov. Nárast dopytu po tovaroch a službách sa prejavuje automaticky aj v náraste ich ponuky nielen v absolútnom počte tovarov a služieb, ale aj v ich variabilite a rôznorodosti. Za týmto účelom boli pred takmer 60 rokmi v USA a neskôr aj v Európe sformulované základné spotrebiteľské práva, ktoré mali zabezpečiť určitý štandard ochrany spotrebiteľov pred konaním, ktoré by ich mohlo rôznym spôsobom poškodiť. Súčasťou našej štúdie je aj zadefinovanie a charakteristika základných pojmov spojených s ochranou spotrebiteľa, ktoré vychádzajú zo zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov, ktoré sme si podrobnejšie priblížili v prvej kapitole. Ide najmä o pojmy ako spotrebiteľ, predávajúci, výrobca, dovozca, dodávateľ, výrobok, služba, reklamácia a i. Z pohľadu ochrany spotrebiteľa je veľmi dôležité, aby každá zo zainteresovaných strán (spotrebiteľ i predajca) bola oboznámená so základnou terminológiou.

Druhá kapitola je zameraná na priblíženie regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa v rámci EÚ. Členské štáty musia smernice EÚ transponovať do vnútroštátnych zákonov, čím chce únia dosiahnuť jednotné pravidlá platiace vo všetkých členských štátoch. Podrobne sme sa preto v tejto kapitole pozreli na EÚ a na vývoj ochrany spotrebiteľa, ktorá sa stala jednou z jej kľúčových politík od roku 1975. Formovanie ochrany spotrebiteľa bolo založené na piatich základných spotrebiteľských právach – práve na ochranu života a bezpečnosti, práve na ochranu hospodárskej súťaže, práve na náhradu škody, práve na vzdelaní a práve na právnom zastúpení. Podrobnejšie sme si predstavili kľúčové oblasti politiky EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa. Išlo o bezpečnosť produktov, digitálny trh, finančné služby, bezpečnosť jedla

a označovanie, energie a oblasť cestovania, voľného času a dopravy. V prípade jednotlivých oblastí sme uviedli aj príslušné nariadenia a smernice Európskeho parlamentu, komisie alebo rady, ktoré upravujú jednotlivé vyššie uvedené oblasti. Dôležitú pozornosť sme venovali aj predstaveniu základného dokumentu zameraného na oblasť ochrany spotrebiteľa v EÚ – smernici o právach spotrebiteľov vrátane Novej dohody pre spotrebiteľov, ktorá bola prijatá v roku 2018 s cieľom posilniť presadzovanie spotrebiteľského práva EÚ v súvislosti s rastúcim rizikom porušovania právnych predpisov v celej EÚ a na modernizáciu pravidiel EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa s ohľadom na vývoj na trhu. Predstavili sme si aj Nový program pre spotrebiteľov, ktorý prijala Európska komisia v novembri 2020. Ide o aktualizovaný celkový strategický rámec spotrebiteľskej politiky EÚ a zameriava sa na lepšiu pripravenosť EÚ na vysporiadanie sa s novými výzvami v oblasti práv spotrebiteľov a príležitostami na posilnenie postavenia spotrebiteľov, účinnejšiu ochranu spotrebiteľov v novej hospodárskej realite spôsobenej pandémiou COVID-19 a riešenie rastúceho významu medzinárodnej spolupráce a účinného presadzovania pri zabezpečovaní práv spotrebiteľov v ére globalizácie. V rámci tohto programu pokryla Európska komisia 5 oblastí, ktoré sa týkajú prechodu na zelenú ekonomiku (zelená transformácia), digitálnu transformáciu, nápravu a vymáhanie práv spotrebiteľov, riešenie špecifických potrieb spotrebiteľov a ochranu spotrebiteľa v globálnom kontexte.

Podrobnejšie sme sa pozreli na legislatívne prostredie ochrany spotrebiteľov v našej krajine v tretej kapitole. Postupne sme predstavili základné právne predpisy v podobe zákonov v oblasti ochrany spotrebiteľa. Vychádzali sme zo zoznamu právnych predpisov, ktoré zverejňuje na svojej webovej stránke Ministerstvo hospodárstva SR, resp. z iných štúdií, ktoré sa zaoberali legislatívnym prostredím ochrany spotrebiteľa na Slovensku. Zamerali sme sa na 8 zákonov, ktoré sme si postupne bližšie špecifikovali, popísali kľúčové oblasti, ktoré upravujú a pozreli sme sa aj na počty novelizácií, ktorými si prešli od svojho vzniku. Poznatky z tejto kapitoly sme následne využili v kapitole venovanej posúdeniu výšky regulácií v oblasti ochrany spotrebiteľa. Okrem toho sme sa v tejto kapitole bližšie pozreli aj na inštitucionálne pokrytie

ochrany spotrebiteľa, ktoré je na Slovensku tvorené najmä Ministerstvom hospodárstva Slovenskej republiky (ako ústredným orgánom štátnej správy pre ochranu spotrebiteľa s výnimkou ochrany spotrebiteľa pri poskytovaní finančných služieb a koordináciu politiky vnútorného trhu Európskej únie), ďalej sú to ústredné orgány štátnej správy (tvorené jednotlivými ministerstvami a Úradom pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo SR), organizáciami vstupujúcimi do ochrany spotrebiteľa (ako napr. Slovenská obchodná inšpekcia, obce a mestá, Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky, Štátna energetická inšpekcia či Úrad pre reguláciu sieťových odvetví a i.), v rámci ktorých sme venovali najväčšiu pozornosť práve Slovenskej obchodnej inšpekcii a nakoniec aj novému systému alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov, ktorý funguje od 1. februára 2016. Spotrebiteľ, ktorý má problém s predávajúcim kvôli zakúpenému výrobku, sa môže obrátiť na príslušný subjekt alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov. Pozornosť sme venovali aj spotrebiteľským združeniam pôsobiacim v oblasti ochrany spotrebiteľa na Slovensku. Ide o občianske združenia založené alebo zriadené na ochranu spotrebiteľa, ktoré presadzujú a chránia záujmy spotrebiteľov a pomáhajú im uplatňovať spotrebiteľské práva, a to bezodplatne.

V štvrtej kapitole sme analyzovali nové technológie v kontexte ochrany spotrebiteľa, ktoré priniesla tzv. štvrtá vlna priemyselnej revolúcie charakterizovaná digitalizáciou a informatizáciou spoločnosti. Nástup digitálnych platforiem zdieľanej ekonomiky v posledných rokoch výrazne prispel k zmene spotrebiteľského správania spotrebiteľov, ktorí začali nahrádzať tradičné služby tými poskytovanými prostredníctvom digitálnych platforiem zdieľanej ekonomiky ako Uber, Airbnb a i. Práve pri týchto platformách, ktoré slúžia na elektronické párovanie ponuky a dopytu na trhu, sa ukázalo, že súčasná regulácia v oblasti ochrany spotrebiteľa nedostatočne reflektuje potreby, ktoré nové ekonomické modely vyžadujú. Platformy zdieľanej ekonomiky sú veľmi dobrým príkladom toho, že i napriek nedostatočnej regulácii dokážu tieto platformy vytvoriť vlastné samoregulačné nástroje,

ktoré tak supľujú do určitej miery aj štátnu reguláciu. Bližšie sa pozrieme na pripravované dokumenty v podobe Aktu o digitálnych službách a o digitálnych trhoch, ktoré majú záujem priniesť výrazné zmeny z hľadiska nastavenia celoeurópsky platných pravidiel pre prostredie digitálneho obchodu. Súčasťou tejto kapitoly je aj popis identifikovaných potenciálnych dopadov nového prístupu k regulovaniu digitálnych služieb vrátane návrhov na jeho zlepšenie. Už vyššie zmienenú samoreguláciu podrobnejšie rozoberáme v piatej kapitole. Práve z dôvodu absencie regulácie, ktorá by upravovala podmienky na trhu digitálnych platforiem, boli poskytovatelia digitálnych služieb nútení k nastaveniu vlastných procesov na získanie dôvery nových zákazníkov a eliminovanie rizík digitálneho prostredia a znižovaním miery strachu spotrebiteľov. Podrobnejšie sme si následne rozobrali tri kľúčové aspekty, ktoré podporujú rozvoj samoregulácie v oblastiach digitálnych služieb cez samotnú podstatu digitálneho prostredia. Nejedná sa len o príklady digitálnych platforiem a platforiem zdieľanej ekonomiky, ale najmä ide aj o príklady tradičných podnikateľských subjektov (napr. o obchodné združenie výrobcov alkoholických nápojov v USA, ktoré zachováva dobrovoľný kódex zodpovedných reklamných a marketingových postupov od konca prohibície, pričom ho pravidelne aktualizuje a dohliada nad jeho dodržiavaním).

Pri posudzovaní výšky regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa v šiestej kapitole sme sa prvotne pozreli na pozíciu Slovenskej republiky v kontexte implementácie smerníc EÚ v porovnaní s ostatnými členskými štátmi v rámci tzv. Hodnotiacej tabuľky jednotného trhu. Z výsledkov za rok 2019 môžeme konštatovať, že Slovenská republika patrí medzi 15 krajín, ktoré transponujú príslušné smernice bez problémov. Druhú časť tejto kapitoly venujeme kvantifikácii výšky nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľa na podnikateľský sektor na Slovensku podľa aktuálne platnej legislatívy v roku 2021, pričom pracujeme s dátami z roku 2020. Pri kvantifikácii nákladov regulácie v oblasti ochrany spotrebiteľov na Slovensku vychádzame z Jednotnej metodiky na posudzovanie vybraných vplyvov, ktorú vypracovalo Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky na základe tzv. Štandardného nákladového

modelu. Pri kalkulácii nákladov sme pracovali s prílohami 3a Analýza vplyvu na podnikateľské prostredie a 3b Kalkulačka vplyvov podnikateľského prostredia, ktoré sú súčasťou Jednotnej metodiky na posudzovanie vybraných vplyvov. Ďalej sme pre potreby analýzy pracovali s prepočítaným počtom malých a stredných podnikov s počtom zamestnancov od 0 po 249 podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností, aby sme mohli identifikovať odhadovaný počet podnikateľských subjektov, pre ktoré budeme náklady regulácie kvantifikovať. Z celkového počtu ôsmich zákonov bolo iba v šiestich z nich identifikovaných celkovo 46 povinností, pričom iba 29 z nich bolo kvantifikovateľných, čo je v relatívnom vyjadrení 63,04 %. Pri kvantifikácii nákladov regulácie sme rozlišovali podľa metodiky administratívne náklady, priame a nepriame finančné náklady regulácie (priame finančné náklady vyplývajúce z regulácie sme v analyzovaných zákonoch neidentifikovali). Celkové náklady regulácie na základe identifikovaných povinností v jednotlivých zákonoch dosiahli hodnotu 263,689 mil. €, čo predstavuje približne 0,29 % HDP Slovenska v bežných cenách v roku 2020. Najvyšší až 58,13 % podiel na celkových identifikovaných nákladoch predstavujú povinnosti vyplývajúce zo zákona o ochrane spotrebiteľa (v hodnote 153,282 mil. €). Druhý najvyšší podiel majú povinnosti vyplývajúce zo zákona o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho s podielom 39,29 % (v hodnote 103,604 mil. €). Tretí najvyšší podiel tvoria povinnosti identifikované v zákone o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku, ktoré tvoria iba 1,27 % podiel na celkových identifikovaných nákladoch regulácie (v hodnote 3,357 mil. €). Zvyšné 3 zákony majú dokopy iba 1,31 % podiel na celkových nákladoch regulácie (v hodnote 3,446 mil. €).

Na záver sme poskytli návrhy riešení a opatrení nových možností zabezpečovania ochrany spotrebiteľa. Z pohľadu ďalších krokov je veľmi dôležité zrealizovať komplexný audit a revíziu právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa s cieľom zefektívnenia súčasne platnej regulácie v kontexte byrokratickej záťaže na podnikateľské subjekty, posúdiť úroveň

transpozície aktuálne platných predpisov, smerníc a nariadení EÚ v našich právnych predpisoch, využiť výsledky auditu a revízie na vytvorenie súboru minimálnych požiadaviek na ochranu spotrebiteľa s konkrétnymi podmienkami pre ponukovú aj dopytovú stranu trhu, zamerať sa na odbúranie papierovej formy formulárov, informačných dokumentov či inej zmluvnej dokumentácie v čo najväčšej možnej miere, čo by prispelo k zníženiu byrokracie a nákladovosti napĺňania týchto povinností (nie všetky povinnosti je možné zrušiť, ale je možné znížiť ich administratívnu náročnosť). Pokračovať v ex post kvantifikovaní nákladov regulácie, prísť k efektívnejšiemu zberu a spracovaniu údajov jednotlivými orgánmi dozoru. Zamerať sa na posúdenie jednotlivých povinností uvedených v zákonoch s ohľadom na (potenciálne) dostupné trhové riešenia kontroly ich dodržiavania, čím vzniká priestor na zavedenie samoregulácie v našich podmienkach, pričom orgány dozoru by dohliadali na kontrolu dodržiavania samoregulácie. Kľúčové pri rozvoji samoregulácie bude aj intenzívnejšie využívanie hodnotenia kvality poskytovaných či predaných tovarov a služieb spotrebiteľmi, plne vykonať digitalizáciu a elektronizáciu a štandardizovať povinnosti podnikateľských subjektov vo vzťahu k orgánom dozoru a zamerať sa na dosiahnutie rovnakej úrovne ochrany spotrebiteľa pri online nákupoch ako pri offline nákupoch.

ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

A-Connect. 2021. Regulatory implications of the sharing economy. A-Connect- Human Resourcefulness Globally Delivered. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.a-connect.com/knowledge/regulatory-implications-of-the-sharing-economy/>>

ADAMEKOVÁ, L. 2013. Ochrana spotrebiteľa v slovenskom právnom poriadku. 2013. Bankovní institut vysoká škola Praha zahraničná vysoká škola Banská Bystrica [Bakalárska práca]. Dostupné na internete: < https://is.ambis.cz/th/g5eyq/Lenka_Adamekova_-_Ochrana_spotrebitele_v_slovenskom_pravnom_poriadku.pdf>

Alliance for Financial Inclusion. 2020. Policy Model on Consumer Protection for Digital Financial Services. AFI Global. 2020. Dostupné na internete: <<https://www.afiglobal.org/sites/default/files/inline-files/001%20-%20AFI%20Policy%20Model%20-%20Consumer%20Protection%20for%20Digital%20Financial%20Services.pdf>>

ASBA a IDB Lab. 2020. Consumer Protection in the New Environment of Financial Technological Innovation: Regulatory and Supervisory Considerations. First Edition, ASBA Supervision, June 2020. Dostupné na internete: <<http://www.asbasupervision.com/en/bibl/publications-of-asba/working-groups/2378-consumer-protection-1/file>>

ASEAN – Australia Development Cooperation Program Phase II. 2015. Consumer Protection Digests and Case Studies: A Policy Guide (Volume II). 2015. Jakarta: ASEAN Secretariat, December 2015. Dostupné na internete: <[https://www.asean.org/storage/2015/12/key_document/Consumer_Protection_Digests_and_Case_Studies-Volume_II_\(07122015\).pdf](https://www.asean.org/storage/2015/12/key_document/Consumer_Protection_Digests_and_Case_Studies-Volume_II_(07122015).pdf)>

BOCCI, M. et al. 2014. Gold-plating in the EAFRD. To what extent do national rules unnecessarily add to complexity and, as a result, increase the risk of errors? 2014. Directorate

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

General for International Policies - Policy Department D: Budgetary Affairs (European Parliament). Dostupné na internete: <publications.europa.eu/resource/cellar/876b3228-02f4-4742-95e4-b83eddfced65.0001.02/DOC_1>

Castro, D. 2011. Benefits and limitations of industry self-regulation for online behavioral advertising. The Information Technology and Innovation Foundation, December 2011. Dostupné na internete: <<https://www.itif.org/files/2011-self-regulation-online-behavioral-advertising.pdf> >

Coleman, G. 2017. How can we regulate the digital revolution?, World Economic Forum, 29. marca 2017. Dostupné na internete: <<https://www.weforum.org/agenda/2017/03/how-can-we-regulate-the-digital-revolution/> >

Consumers International. 2016. The Internet of Things and challenges for consumer protection, Connection and Protection in the Digital Age, London: Consumers International, Apríl 2016. Dostupné na internete: <<https://www.consumersinternational.org/media/1292/connection-and-protection-the-internet-of-things-and-challenges-for-consumer-protection.pdf> >

De Streel, A. - Sibony, A. L. 2017. Towards Smarter Consumer Protection Rules for Digital Services, 28th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Competition and Regulation in the Information Age", Passau, Germany, 30th July - 2nd August, 2017. Dostupné na internete: <<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/169509/1/de-Streel-Sibony.pdf> >

De Streel, A. 2017. A European Agenda for Smart Consumer Protection Rules for Digital Services", Intereconomics, Vol. 4, 2017. Dostupné na internete: <<https://www.intereconomics.eu/pdf-download/year/2017/number/4/article/a-european-agenda-for-smart-consumer-protection-rules-for-digital-services.html> >

Digital Regulations Platform. 2020. Consumer Affairs, Digital Regulations Platform, The World Bank, 16. decembra 2020. Dostupné na internete: <<https://digitalregulation.org/consumer-affairs/>>

DR2 Consultants. 2020. Digital Services Act proposal: the start of a new era in digital regulation“, Blog, 18. decembra 2020, DR2 Consultants. Dostupné na internete: <<https://dr2consultants.eu/digital-services-act-proposal-the-start-of-a-new-era-in-digital-regulation/>>

DZUROVÁ, M. et al. 2007. Spotrebiteľské teórie a realie. 2007. 1. vyd. Bratislava : Ekonóm, 2007, 293 s. ISBN 978-80-225-2327-1.

EACA. 2015. Self-Regulation, EACA. Dostupné na internete: < <https://eaca.eu/industry/self-regulation/> >

Ericson, K - Sørensen, I. 2016. Regulating the sharing economy. Internet Policy Review, Vol. 5, Issue 2. Dostupné na internete: <<https://policyreview.info/articles/analysis/regulating-sharing-economy>>

Euractiv. 2003. E-Commerce Directive, Euractiv, 15. októbra 2003. Dostupné na internete: <<https://www.euractiv.com/section/uk-europe/linksdossier/e-commerce-directive/>>

EUR-Lex. 2020a. Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC, Brussels: EUR-Lex, 15. decembra 2020. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=COM:2020:825:FIN>>

EUR-Lex. 2020b. Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act), Brussels: EUR-Lex, 15. decembra 2020. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020PC0842>>

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

European Commission. 2020. New Rules on e-commerce, Policy, European Commission, 15. decembra 2020. Dostupné na internete: <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/new-eu-rules-e-commerce> >

European Commission. 2020. Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC, Brussels: European Commission, 15.12.2020. Dostupné na internete:
<https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/proposal_for_a_regulation_on_a_single_market_for_digital_services.pdf >

EURÓPSKA KOMISIA. 2004. The Standard Cost Model - A framework for defining and quantifying administrative burdens for businesses. 2004. International Working Group on Administrative Burdens. Dostupné na internete:
<<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/64157/4374310/11-STANDARD-COST-MODEL-DK-SE-NO-BE-UK-NL-2004-EN-1.pdf/e703a6d8-42b8-48c8-bdd9-572ab4484dd3>>

EURÓPSKA KOMISIA. 2020. New Consumer Agenda. 2020 - 2025 Actions to Protect European Consumers. 2020. Factsheet, November 2020. Dostupné na internete:
<https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/consumer_agenda_-_factsheet_-_en.pdf>

EURÓPSKA KOMISIA. 2020. Single Market Scoreboard. 2020. Dostupné na internete:
<https://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/performance_by_governance_tool/transposition/index_en.htm>

EURÓPSKA KOMISIA. 2021. National consumer bodies. 2021. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection/our-partners-consumer-issues/national-consumer-bodies_sk#role-of-national-consumer-bodies>

EURÓPSKA KOMISIA. 2021. Review of EU consumer law - New Deal for Consumers. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en>

Federal Trade Commission. 2008. Self-Regulation in the Alcohol Industry, Alcohol Report, June 2008, Federal Trade Commission. Dostupné na internete: <<https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/self-regulation-alcohol-industry-report-federal-trade-commission/080626alcoholreport.pdf>>

FERIANČIKOVÁ, K. 2008. Ochrana spotrebiteľa v Európskej únii. 2008. Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre: Fakulta ekonomiky a manažmentu. Diplomová práca. Dostupné na internete: <<http://www.slpk.sk/eldo/zp/2008/fem/fem2008-katarinaferiancikova-ing596414.pdf>>

GSMA Intelligence. 2018. The Mobile Economy Asia Pacific. GSMA Intelligence Report, GSMA. 2018. Dostupné na internete: <<https://data.gsmaintelligence.com/api-web/v2/research-file-download?id=30933596&file=The%20Mobile%20Economy%20Asia%20Pacific%202018%20Infographic.pdf>>

lab.Europe. 2019. Digital Single Market / Digital Policy. lab.Europe. 2019. Dostupné na internete: <<https://iab europe.eu/digital-services-act/>>

International Council for Ad Self-Regulation. 2019. Advertising Self-Regulation: An effective tool to support Competition and Consumer Protection in the 21st Century. ICAS, 31. mája 2019. Dostupné na internete: <https://icas.global/wp-content/uploads/2019_05_31_ICAS_Response_to_US_FTC_Consultation.pdf>

International Telecommunication Union. 2018. Powering the Digital Economy: Regulatory Approaches to Securing Consumer Privacy, Trust and Security. ITU Publications, Thematic

Reports: Regulatory and Market Environment. 2018. Dostupné na internete: <https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/pref/D-PREF-BB.POW_ECO-2018-PDF-E.pdf >

International Telecommunications Union. 2019. Policy and Regulatory Environments for Digital Transformation, June 2019, ITU. Dostupné na internete: <<https://www.itu.int/en/mediacentre/backgrounders/Pages/Policy-and-regulatory-environments-for-digital-transformation.aspx> >

International Telecommunications Union. 2021. Statistics. ITU-D ICT Statistics, 18. januára 2021. Dostupné na internete: <<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>>

Istomina, A. I. et al. 2020. Leadership in the digital age: a new strategy for the competitiveness of countries and macro regions. Revista Espacios, Vol. 41, Issue 7, 5. marca 2020. Dostupné na internete: <<http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410721.html> >

JANÍKOVÁ, L. 2010. Ochrana spotrebiteľa v Európskej únii. 2010. Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre: Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja. Diplomová práca. Dostupné na internete: <crzp.uniag.sk/Prace/2010/J/31BCE3B9A9BA4414922A61A3827A1583.pdf>

Kennedy, J. F. 1962. Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest. In The American Presidency Project. Dostupné na internete: <<https://www.presidency.ucsb.edu/documents/special-message-the-congress-protecting-the-consumer-interest>>

Korea Communications Commission. 2014. Best Practices in Consumer Protection in the Digital Age, Korea Communications Commission, Global Symposium for Regulators 2014. Dostupné na internete: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Conferences/GSR/Documents/GSR2014/GSR14%20Contribution_KCC_Korea.pdf >

KPMG. 2021. New Consumer Agenda. Your Partner for What's Next. 2021. Dostupné na internete: <<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ie/pdf/2021/03/ie-new-customer-agenda.pdf>>

Laguna, R. 2018. The economics of trust in digital services“. Dotmagazine, September 2018. Dostupné na internete: <<https://www.dotmagazine.online/issues/self-regulation-for-a-better-internet/does-self-regulation-empower-industry/economics-of-trust> >

LAL, B. S. 2016. Public Health Environment & Social Issues in India (1st). 2016. Serials Publications: 2016th edition (1 January 2016). s. 295 - 329. ISBN: 978-8183877565.

Listokin, S. 2015. Industry Self-Regulation of Consumer Data Privacy and Security, Arlington, VA: George Mason University. 2015. Dostupné na internete: <https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_comments/2015/10/00031-97822.pdf >

MARKO, V. - DUDOR, L. 2015. Subjekty zodpovedné za realizáciu politiky ochrany spotrebiteľa v Slovenskej republike. 2015. In Notitiae iudiciales Academiae collegii aedilium in Bratislava = Právne znalosti Akadémie Policajného zboru v Bratislave. Roč. 1, č. 1 (2015). s. 24 - 42. ISSN 2453-6954.. Dostupné na internete: <82.119.102.197:8080/webisnt/fulltext/clanky/NIA2015-1/Subjekty%20zodpovedné%20za%20realizáciu%20politiky%20ochrany%20spotrebiteľa-%20MARKO-DUDOR.pdf>

Mazer, R. 2012. Can self-regulation work to protect clients?. CGAP Blog, 31. januára 2012. Dostupné na internete: <<https://www.cgap.org/blog/can-self-regulation-work-protect-clients> >

MH SR. 2021d. Jednotná metodika na posudzovanie vybraných vplyvov. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.mhsr.sk/podnikatelske-prostredie/jednotna-metodika>>

MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SR. 2021a. Inštitucionálne zabezpečenie spotrebiteľskej politiky v Slovenskej republike – Príloha č. 1. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.economy.gov.sk/uploads/files/oumbZBkf.pdf>>

MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SR. 2021b. Konsolidované znenie Organizačného poriadku Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.economy.gov.sk/uploads/files/nXZr8oT7.pdf>>

MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SR. 2021c. RIA 2020 - Stratégia lepšej regulácie. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.mhsr.sk/podnikatelske-prostredie/lepsia-regulacia/ria-2020-strategia-lepsej-regulacie>>

MONTI, G., AUGENHOFER, S. 2018. Consumer Choice and Fair Competition on the Digital Single Market in the Areas of Air Transportation and Accommodation. 2018. Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies. European Parliament. Dostupné na internete:

<[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/626082/IPOL_STU\(2018\)626082_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/626082/IPOL_STU(2018)626082_EN.pdf)>

Nariadenie (ES) č. 1830/2003 Európskeho parlamentu a Rady z 22. septembra 2003 o sledovateľnosti a označovaní geneticky modifikovaných organizmov a sledovateľnosti potravín a krmív vyrobených z geneticky modifikovaných organizmov a ktorým sa mení a dopĺňa smernica 2001/18/ES. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003R1830&from=EN>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1107/2006 z 5. júla 2006 o právach zdravotne postihnutých osôb a osôb so zníženou pohyblivosťou v leteckej doprave. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2006/1107/oj>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1371/2007 z 23. októbra 2007 o právach a povinnostiach cestujúcich v železničnej preprave. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2007/1371/oj>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 z 20. decembra 2006 o výživových a zdravotných tvrdeniach o potravinách. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1924&from=en>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 261/2004 z 11. februára 2004, ktorým sa ustanovujú spoločné pravidlá systému náhrad a pomoci cestujúcim pri odmietnutí nástupu do lietadla, v prípade zrušenia alebo veľkého meškania letov a ktorým sa zrušuje nariadenie (EHS) č. 295/91. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2004/261/oj>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 300/2008 z 11. marca 2008 o spoločných pravidlách v oblasti bezpečnostnej ochrany civilného letectva a o zrušení nariadenia (ES) č. 2320/2002. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX%3A02008R0300-20100201>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 524/2013 z 21. mája 2013 o riešení spotrebiteľských sporov online, ktorým sa mení nariadenie (ES) č. 2006/2004 a smernica 2009/22/ES (nariadenie o riešení spotrebiteľských sporov online). Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0524&from=EN>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 924/2009 zo 16. septembra 2009 o cezhraničných platbách v Spoločenstve, ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 2560/2001. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R0924&from=EN>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa

zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov). Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&qid=1621788738222&from=SK>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/1369 zo 4. júla 2017, ktorým sa stanovuje rámec pre energetické označovanie a zrušuje smernica 2010/30/EÚ. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX%3A02017R1369-20210501>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1169/2011 z 25. októbra 2011 o poskytovaní informácií o potravinách spotrebiteľom, ktorým sa menia a dopĺňajú nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a ktorým sa zrušuje smernica Komisie 87/250/EHS, smernica Rady 90/496/EHS, smernica Komisie 1999/10/ES, smernica Európskeho parlamentu a Rady 2000/13/ES, smernice Komisie 2002/67/ES a 2008/5/ES a nariadenie Komisie (ES) č. 608/2004. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R1169&from=EN>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1177/2010 z 24. novembra 2010 o právach cestujúcich v námornej a vnútrozemskej vodnej doprave, ktorým sa mení a dopĺňa nariadenie (ES) č. 2006/2004. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2010/1177/oj>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1286/2014 z 26. novembra 2014 o dokumentoch s kľúčovými informáciami pre štrukturalizované retailové investičné produkty a investičné produkty založené na poistení (PRIIP). Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R1286&from=en>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 181/2011 zo 16. februára 2011 o právach cestujúcich v autobusovej a autokarovej doprave a o zmene a doplnení nariadenia (ES) č. 2006/2004. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2011/181/oj>>

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 609/2013 z 12. júna 2013 o potravinách určených pre dojčatá a malé deti, potravinách na osobitné lekárske účely a o celkovej náhrade stravy na účely regulácie hmotnosti a ktorým sa zrušuje smernica Rady 92/52/EHS, smernica Komisie 96/8/ES, 1999/21/ES, 2006/125/ES a 2006/141/ES, smernica Európskeho parlamentu a Rady 2009/39/ES a nariadenie Komisie (ES) č. 41/2009 a (ES) č. 953/2009. Dostupné na internete: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0609&from=EN>

Nariadenie Komisie (ES) č. 2023/2006 z 22. decembra 2006 o správnych výrobných postupoch materiálov a predmetov určených na styk s potravinami. Dostupné na internete: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R2023&from=EN>

Nariadenie Rady (ES) č. 834/2007 z 28. júna 2007 o ekologickej výrobe a označovaní ekologických produktov, ktorým sa zrušuje nariadenie (EHS) č. 2092/91. Dostupné na internete: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32007R0834&from=EN>

OECD. 2008. Introductory Handbook for Undertaking regulatory Impact Analysis (RIA). OECD: Version 1.0. Dostupné na internete: <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/44789472.pdf>

OECD. 2008. OECD Policy Guidance for Protecting and Empowering Consumers in Communication Services. 2008. OECD Ministerial Meeting on the Future of the Internet Economy Seoul, Korea, 17-18 June 2008. Dostupné na internete: <https://www.oecd.org/sti/consumer/40878993.pdf>

OECD. 2019. Challenges to Consumer Policy in the Digital Age, Background Report, G20 International Conference on Consumer Policy, Tokushima, Japan, 5-6 September 2019, OECD.

Dostupné na internete: <<https://www.oecd.org/sti/consumer/challenges-to-consumer-policy-in-the-digital-age.pdf>>

OECD. 2019. Regulatory Effectiveness in the Era of Digitalisation OECD, June 2019. Dostupné na internete: <<https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/Regulatory-effectiveness-in-the-era-of-digitalisation.pdf>>

OECD. 2021. Regulatory Impact Analysis. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.oecd.org/regreform/regulatory-policy/ria.htm>>

PROCHÁZKA, R. - ČORBA, J. 2007. Právo Európskej únie (Vybrané otázky pre právnu prax), Žilina, Poradca podnikateľa, spol. s. r. o. 2007. s. 69

Republiková únia zamestnávateľov. 2019. Analýza 10 najproblematickejších noriem z hľadiska Goldplatingu. 2019. Dostupné na internete: <https://ruzsr.sk/app/webroot/CmsPlugin/files/PKSD_AV/RUZ_AV_Goldplating_10noriem_final.pdf>

ROACH, B. - G, GOODWIN, N. - NELSON, J. 2019. Consumption and the Consumer Society. 2019. A GDAE Teaching Module on Social and Environmental Issue in Economics. Dostupné na internete: <https://www.bu.edu/eci/files/2019/10/Consumption_and_Consumer_Society.pdf>

SHUKLA, A. 2016. Consumer Rights and Responsibilities. 2016. In National Seminar on Consumer Protection – New Age Challenges. Conference: National law University, Delhi: At: New Delhi. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/304621106_consumer_rights_and_responsibilities>

Slovenská obchodná inšpekcia. 2021. Postavenie SOI. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.soi.sk/sk/SOI/Postavenie-SOI.soi>>

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

Smernica 2000/31/ES Európskeho parlamentu a Rady z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode). Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>>

Smernica 2001/95/ES Európskeho parlamentu a Rady z 3. decembra 2001 o všeobecnej bezpečnosti. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32001L0095&from=SK>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2302 z 25. novembra 2015 o balíkoch cestovných služieb a spojených cestovných službách, ktorou sa mení nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 a smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ a ktorou sa zrušuje smernica Rady 90/314/EHS. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2015/2302/oj>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2366 z 25. novembra 2015 o platobných službách na vnútornom trhu, ktorou sa menia smernice 2002/65/ES, 2009/110/ES a 2013/36/EÚ a nariadenie (EÚ) č. 1093/2010 a ktorou sa zrušuje smernica 2007/64/ES. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015L2366&from=en>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1972 z 11. decembra 2018, ktorou sa stanovuje európsky kódex elektronických komunikácií. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1972&from=en>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/2161 z 27. novembra 2019, ktorou sa menia smernica Rady 93/13/EHS a smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EÚ, pokiaľ ide o lepšie presadzovanie a modernizáciu predpisov Únie v

oblasti ochrany spotrebiteľa. Dostupné na internete: < <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L2161&from=SK>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/944 z 5. júna 2019 o spoločných pravidlách pre vnútorný trh s elektrinou a o zmene smernice 2012/27/EÚ. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0944&from=en>>

Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2020/1828 z 25. novembra 2020 o žalobách v zastúpení na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov a o zrušení smernice 2009/22/ES. Dostupné na internete: < <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020L1828&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/34/ES zo dňa 10. mája 1999, ktorou sa dopĺňa smernica Rady 85/374/EHS o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa zodpovednosti za chybné výrobky. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:31999L0034&from=SK>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/46/ES z 10. júna 2002 o aproximácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa potravinových doplnkov. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX%3A02002L0046-20210320>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES z 12. júla 2002, týkajúca sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (smernica o súkromí a elektronických komunikáciách). Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002L0058&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a rady 2002/65/ES z 23. septembra 2002 o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku a o zmene a doplnení smernice Rady 90/619/EHS

a smerníc 97/7/ES a 98/27/ES. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002L0065&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“). Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005L0029&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“). Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005L0029&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0114&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2008/122/ES zo 14. januára 2009 o ochrane spotrebiteľov, pokiaľ ide o určité aspekty zmlúv o časovo vymedzenom užívaní ubytovacích zariadení, o dlhodobom dovolenkovom produkte, o ďalšom predaji a o výmene. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2008/122/oj>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2008/48/ES z 23. apríla 2008 o zmluvách o spotrebiteľskom úvere a o zrušení smernice Rady 87/102/EHS. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008L0048&from=en>>

Smernica Európskeho parlamentu a rady 2009/22/ES z 23. apríla 2009 o súdnych príkazoch na ochranu spotrebiteľských záujmov. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0022&from=SK>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2009/73/ES z 13. júla 2009 o spoločných pravidlách pre vnútorný trh so zemným plynom, ktorou sa zrušuje smernica 2003/55/ES. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0073&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/31/EÚ z 19. mája 2010 o energetickej hospodárnosti budov. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2010/31/2021-01-01>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2012/27/EÚ z 25. októbra 2012 o energetickej efektívnosti, ktorou sa menia a dopĺňajú smernice 2009/125/ES a 2010/30/EÚ a ktorou sa zrušujú smernice 2004/8/ES a 2006/32/ES. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX%3A02012L0027-20210101>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/92/EÚ z 23. júla 2014 o porovnateľnosti poplatkov za platobné účty, o presune platobných účtov a o prístupe k platobným účtom so základnými funkciami. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0092&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa zrušuje smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011L0083&from=EN>>

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES zo 16. februára 1998 o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi. Dostupné na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:31998L0006&from=EN>>

Smernica rady 93/13/EHS z 5. apríla 1993 o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách. Dostupná na internete: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:31993L0013&from=EN>>

SMITH, M. 2018. Challenges in the implementation of EU Law at national level. 2018. Cardiff School of Law and Politics, Cardiff University - Requested by the JUIR committee. Dostupné na internete: <[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/608841/IPOL_BRI\(2018\)608841_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/608841/IPOL_BRI(2018)608841_EN.pdf)>

SOI. 2021. Kontrolná činnosť. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.soi.sk/sk/Kontrolna-cinnost.soi>>

Šajn, N. 2018. Modernisation of EU consumer protection rules, EU Legislation in Progress, Briefing, European Parliament Research Service, European Parliament, June 2018. Dostupné na internete: <<https://euagenda.eu/upload/publications/untitled-177814-ea.pdf>>

Tang, Z. - Hu, Y. D. - Smith, M. D. 2008. Gaining trust through online privacy protection: Self-regulation, mandatory standards, or Caveat Emptor. Journal of Management Information Systems, Vol. 24, pp. 153–173.

TEWARI, V. 2016. Consumerism - Review of Literature. 2016. In IJEMR vol. 6, Issue 4. ISSN 2249-2585. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/301549567_Consumerism_Review_of_Literature>

TSIPOURI, L. J. 2014. Smart Governance of the internal market for business. 2014. Report to the European Economic and Social Committee - Group I. Dostupné na internete: <<https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/qe-01-14-863-en-n.pdf>>

UNCTAD. 2017. Guidelines on consumer protection: Business engagement, UNCTAD MENA Programme, United Nations, 2017. Dostupné na internete: <https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplp2017d3_en.pdf>

UNCTAD. 2018. Data privacy: new global survey reveals growing internet anxiety, 16. apríla 2018, UNCTAD. 2018. Dostupné na internete: < <https://unctad.org/news/data-privacy-new-global-survey-reveals-growing-internet-anxiety> >

Úrad pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo Slovenskej republiky. 2021. CE označenie – Vstupenka na vnútorný trh EÚ. 2015. [ONLINE]. Dostupné na internete: < <https://www.unms.sk/?ce-znacenie-vstupenka-na-vnutorny-trh-eu>>

VALANT, J. 2015. Consumer protection in the EU. 2015. European Parliamentary Research Service Members' Research Service September 2015 - PE 565.904

Wahyuningtyas, S. Y. 2019. Self-regulation of online platform and competition policy challenges: A case study on Go-Jek. Competition and Regulation in Network Industries, Vol. 20, Issue 1, pp. 33-53.

Zákon č. 102/2014 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o ochrane spotrebiteľa pri predaji na diaľku“)

Zákon č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o štátnej kontrole vnútorného trhu“)

Zákon č. 139/2005 Z. z. o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov“)

Zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o reklame“)

Zákon č. 161/2011 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu“)

Zákon č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o zájazdoch“)

Zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako "zákon o ochrane spotrebiteľa") zo 6. júna 2007

Zákon č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku“)

Zákon č. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov (ďalej už len ako „zákon o organizácii činnosti vlády“)

PRÍLOHY

Príloha 1 Náklady regulácie

(Zdroj: Príloha č. 3a Analýza vplyvu na podnikateľské prostredie – [dostupné na stránke MH SR](#))

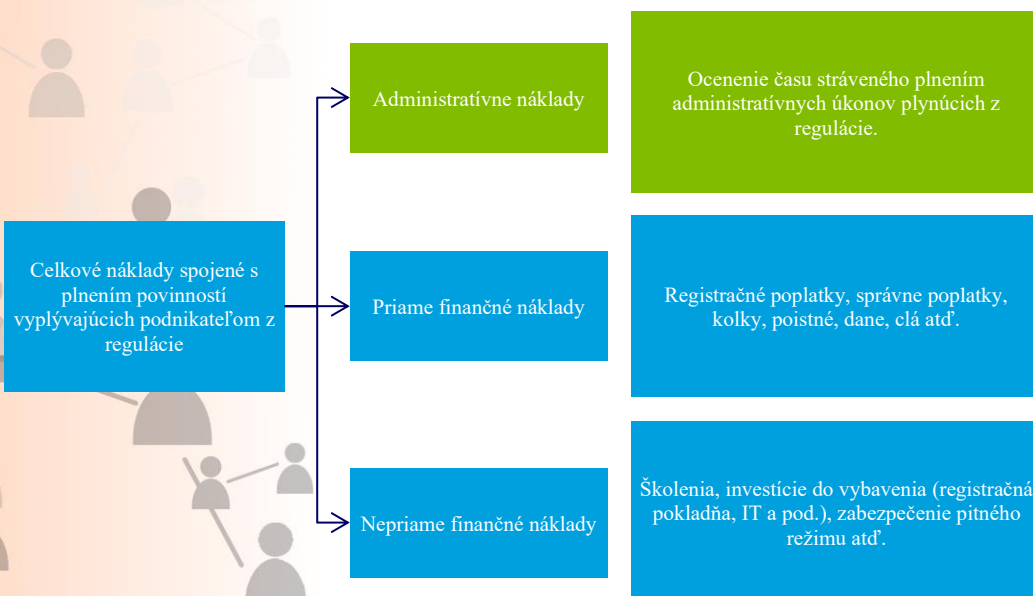
S implementáciou novej regulácie ovplyvňujúcej podnikateľské prostredie sú spojené povinnosti, ktoré musia podnikatelia plniť za účelom zabezpečenia súladu s danou reguláciou. Významnú časť z týchto povinností tvoria tzv. **informačné povinnosti (IP)** spojené s výkonom určitých administratívnych úkonov zo strany podnikateľa na zabezpečenie súladu s reguláciou. Príkladom IP je povinnosť poskytovať informácie a dáta verejnému sektoru a tretím stranám, povinnosť mať informácie zverejnené či poskytnúť alebo sprístupniť ich na požiadanie, predkladať dokumenty a hlásenia, viesť dokumentáciu, evidovať a archivovať, podať žiadosť, vypracovať správu a pod.

Okrem vyššie uvedených informačných povinností vyplývajú podnikateľom z regulácie aj ďalšie, tzv. **regulačné povinnosti**, vyvolávajúce na strane podnikateľov priame alebo nepriame finančné náklady. Príkladom je povinnosť absolvovať školenie; používať, a teda zakúpiť elektronickú registračnú pokladňu, ochranné odevy, uhradiť registračný poplatok, poistné, daň a i.

S ohľadom na charakter povinností vyplývajúcich z regulácie členíme náklady spojené s ich plnením do 3 kategórií:

- *Administratívne náklady* – náklady spojené s administratívnymi úkonmi pri plnení informačnej povinnosti, ktoré musí podnikateľ vykonať na zabezpečenie súladu s reguláciou. Ide o nákladové vyjadrenie času, ktorý strávi podnikateľ realizáciou konkrétnych činností vyžadovaných reguláciou (napr. vypracovanie dokumentu, vedenie evidencie a archivácia, oznamovanie skutočností, predloženie dokladov, spracovanie žiadosti a i).

- *Priame finančné náklady* – sú odvodené z konkrétnej priamej povinnosti previesť určitú sumu peňazí štátu alebo príslušnému orgánu verejnej správy (napr. poplatok za vystavenie stavebného povolenia, správne poplatky, registračný poplatok, poistné, dane, clá a i).
- *Nepriame finančné náklady* – sú náklady, ktoré musí podnikateľ vynaložiť pre účely zabezpečenia súladu výrobku, služieb, interných procesov, vybavenia prevádzky s požiadavkami regulácie (napr. náklady spojené so zabezpečením ochranných pracovných odevov, náklady na zabezpečenie pitného režimu, náklady na vybavenie prevádzky elektronickou registračnou pokladňou, náklady na získanie potrebných vedomostí nevyhnutných pre získanie osvedčenia a i) a náklady spojené so zamestnávaním.



Kalkulácia nákladov regulácie vychádza z metodiky štandardného nákladového modelu (SCM). Jej podstatou je rozklad regulácie a paragrafového znenia do súboru menších, ľahšie merateľných komponentov – povinností, s následným nákladovým vyjadrením ich plnenia.

Vyčíslenie nákladov jednej povinnosti je založené na postupnosti štyroch jednoduchých krokov, ktoré musí predkladateľ v rámci kalkulácie vykonať:

Krok 1 – Stanovenie časovej náročnosti plnenia povinností

Pri priradovaní časovej náročnosti plnenia povinnosti je možné využiť dva základné prístupy:

a) Štandardná časová náročnosť povinnosti (min.)

Predkladateľ vyberie jednu z 10 typických informačných povinností, ktorým sú priradené štandardizované časové náročnosti uvedené v tabuľke. V prípade, že by sa jednalo o obširnejšiu povinnosť, je možné v rámci jednej povinnosti zvoliť kombináciu až troch typických informačných povinností (napr. povinnosť vypracovania dokumentu a jeho predloženie príslušnému úradu).

Tabuľka štandardných časových náročností typických informačných povinností podľa veľkosti podniku (v minútach)

Typické IP	Mikro	Malé a stredné	Veľké	Vážený priemer použitý pre kalkuláciu
Archivácia	45	90	180	60 min.
Evidencia, vedenie dokumentácie	240	480	720	300 min.
Inventarizácia	360	720	1 200	460 min.
Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	60	60	60	60 min.
Overenie súladu	120	480	960	220 min.
Poskytnutie súčinnosti	100	100	100	100 min.
Predloženie dokladu/dokumentu elektronicky	30	30	30	30 min.
Predloženie dokladu/dokumentu papierovo	50	50	50	50 min.
Vypracovanie dokumentu/správy	480	960	2 400	650 min.
Žiadosť/návrh	180	240	480	200 min.

Príklady konkrétnych typických informačných povinností podľa jednotlivých kategórií sú uvedené v nasledovnej tabuľke.

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

Prehľad kategórií typických informačných povinností

Kategória	Príklad IP
Archivácia	<ul style="list-style-type: none"> • Uchovávanie dokumentácie po dobu päť rokov po skončení prítomnosti jadrových materiálov; • Uchovávanie posudkov z posudzovania rizika desať rokov odo dňa zatriedenia do rizikovej triedy; • Povinnosť uchovávať počas desiatich rokov od uvedenia hračky na trh kópiu ES certifikátu;
Evidencia, vedenie dokumentácie	<ul style="list-style-type: none"> • Povinnosť viesť evidenciu používaných určených meradiel s uvedením dátumov ich overenia; • Povinnosť viesť samostatnú evidenciu o zmenách na jadrovom zariadení; • Držiteľ povolenia vedie evidenciu odborne spôsobilých zamestnancov;
Inventarizácia	<ul style="list-style-type: none"> • Vykonať inventarizáciu omamných a psychotropných látok do 31. decembra každého roka; • Pri uzatvorení dohody o hmotnej zodpovednosti, jej zániku, preradení zamestnanca na inú prácu alebo na iné pracovisko, jeho preložení a skončení pracovného pomeru sa musí vykonať inventarizácia; • Účtovná jednotka je povinná inventarizovať majetok, záväzky a rozdiel majetku a záväzkov;
Ohlásenie, oznámenie, poskytnutie informácie	<ul style="list-style-type: none"> • Oznámenie o zmene údajov uvedených v ohlásení živnosti; • Bezodkladne informovať orgán dohľadu, že zariadenie sprístupnené na trhu nespĺňa technické požiadavky; • Informovať o pripravovanej zmene druhu opakovane použiteľného obalu najmenej tri mesiace pred vykonaním takejto zmeny;
Overenie súladu	<ul style="list-style-type: none"> • Vykonávať pravidelné kontroly výrobných činností na zistenie koncentrácie ťažkých kovov; • Osoba, ktorá podpisuje návrh na zápis elektronickým podpisom, je povinná zabezpečiť overenie svojich osobných údajov na účely elektronického konania;

- Pred začiatkom spúšťania musí držiteľ povolenia skontrolovať pripravenosť jadrového zariadenia na spúšťanie tak, že preverí a protokolárne zaznamená splnenie kritérií úspešnosti pomontážnych skúšok systémov, konštrukcií a komponentov;
- Prehodnocovať a aktualizovať bezpečnostnú správu najmenej raz za päť rokov, ako aj pri závažnej zmene v podniku;

Poskytnutie súčinnosti

- Prijímateľ, partner a osoba k nim majúca vzťah dodávateľa je povinná poskytnúť súčinnosť riadiacemu orgánu;
- Na základe vyžiadania dodať príslušné materiály a technickú dokumentáciu o meradle v štátnom jazyku;
- Povinnosť poskytnúť súčinnosť správe katastra pri revízii údajov katastra;

Predloženie dokladu/dokumentu elektronicky

- Poskytnúť elektronickú verziu technickej dokumentácie do desiatich pracovných dní od doručenia žiadosti orgánu dohľadu nad trhom;
- Odovzdanie štatistických údajov spravodajskou jednotkou;
- Povinnosť zasielať zoznamy vydaných a zoznamy zrušených kvalifikovaných certifikátov;

Predloženie dokladu/dokumentu papierovo

- Povinnosť pri skončení činnosti, ktorá je predmetom registrácie, odovzdať úradu rozhodnutie o registrácii;
- Predloženie auditnej správy ako náhrady kontroly;
- Predkladať NBS výkaz o vykonávaní finančného sprostredkovania a výkaz o vykonávaní finančného poradenstva;

Vypracovanie dokumentu/správy

- Povinnosť zostaviť konsolidovanú účtovnú závierku;
- Povinnosť podať daňové priznanie k dani z motorových vozidiel
- Vypracovanie písomného dokumentu o posúdení rizika pri všetkých činnostiach vykonávaných zamestnancami;

Žiadosť/ návrh

- Povinnosť podať žiadosť o akreditáciu;
- Žiadosť o schválenie systému odbornej prípravy zamestnancov držiteľov povolenia;
- Povinnosť podať žiadosť o povolenie na vypúšťanie skleníkových plynov do ovzdušia.

b) Expertný odhad trvania povinnosti (v min.)

V prípade, že predkladateľ disponuje presnejšími údajmi o trvaní povinnosti získanými na základe vlastných meraní, diskusie so zainteresovanými subjektmi, prípadne vlastným expertným odhadom trvania povinnosti, môže použiť pre výpočet nákladov regulácie tieto údaje. Rovnako postupuje v prípade, že identifikuje špecifické povinnosti, ku ktorým nie je možné priradiť žiadnu z vyššie uvedených typických informačných povinností.

Pri definovaní časovej náročnosti povinnosti je potrebné klásť dôraz na to, aby v rámci expertného odhadu časovej náročnosti bolo zohľadnené trvanie všetkých čiastkových administratívnych úkonov, ktoré musí podnikateľ vykonať, aby riadne splnil danú povinnosť (tak ako tomu je aj v prípade štandardizovaných časov uvedených pri typických informačných povinnostiach). Medzi čiastkové administratívne úkony, ktoré podnikateľ zvyčajne vykonáva pri plnení jednotlivých informačných povinností, patrí najmä oboznámenie sa s IP, vyhľadávanie a výber informácií, spracovanie vstupných informácií, výpočty, spracovanie číselných údajov, kontrola, korekcia, vyúčtovanie/platba, interné stretnutia, externé stretnutia, inšpekcia zo strany verejných orgánov, korekcia vyplývajúca z výsledku inšpekcie, kopírovanie a skenovanie.

Krok 2 – Určenie výšky súvisiacich priamych a nepriamych finančných nákladov na splnenie povinnosti jedným podnikateľom, resp. na jedno plnenie

V prípade, že plnenie povinností je spojené taktiež/výhradne s priamymi alebo nepriamymi finančnými nákladmi na strane podnikateľa, určí/odhadne predkladateľ výšku týchto nákladov na jedného podnikateľa, resp. jedno plnenie. Ide buď o náklady priame – poplatky za vystavenie dokladu/výpisu, kolky, správne poplatky, poistné, alebo náklady nepriame – náklady na povinné školenia, testy, kontroly, investície do softvéru, zabezpečenie súladu s reguláciou technickým vybavením prevádzky a pod.

V prípade, že povinnosť je na strane podnikateľa spojená so **zaplatením dane, cla alebo odvodov**, opiera sa predkladateľ o analýzu vplyvu predkladaného materiálu na verejné financie. Súvisiaci vyvolaný dopad na verejné financie vydelení spracovateľ počtom podnikateľov, ktorých sa povinnosť týka. Tým získava údaj o vplyve daňového/odvodového/colného zaťaženia na jedného podnikateľa v súvislosti s plnením

povinnosti. Informáciu, že ide o výšku odvedenej dane/cia/odvodov zároveň uvedie predkladateľ spolu s komentárom.

Krok 3 – Určenie počtu dotknutých podnikateľov – populácie, resp. počtu plnení

Populácia predstavuje počet podnikateľov, na ktorých sa daná povinnosť vzťahuje, resp. počet podnikateľov ovplyvnených predkladanou reguláciou. Tento údaj môže byť určený presne na základe evidencie zodpovedných útvarov za predošlé obdobia, odhadom prostredníctvom údajov za predchádzajúce obdobie, prostredníctvom štatistík podľa SK NACE klasifikácie alebo expertným odhadom.

V prípade, že predkladateľ disponuje údajom o presnom počte plnení povinností za rok, postupuje pri vyplňaní tohto kroku nasledovne:

- a) v prípade povinnosti s frekvenciou plnenia menšou ako jedenkrát ročne, t. j. nepravidelne/jednorázovo alebo raz za niekoľko rokov (napr. počet žiadostí o registráciu, povinnosť periodického obnovenia odbornej spôsobilosti zamestnanca po 5 rokoch a pod.) uvedie predkladateľ v rámci tohto poľa údaj o presnom počte plnení v danom roku. S ohľadom na potrebu kalkulácie nákladov povinnosti na ročnej báze v takomto prípade následne používa v Kroku 4 – Stanovenie frekvencie plnenia povinnosti možnosť jedenkrát ročne (koeficient frekvencie 0,1).
- b) v prípade povinnosti s frekvenciou plnenia niekoľkokrát za rok (napr. podávanie kvartálnych/mesačných výkazov DPH, predkladanie polročných štatistických výkazov a pod.), vydelí predkladateľ počet plnení v danom roku frekvenciou plnenia povinnosti (mesačne – 12, kvartálne – 4, polročne – 2, atď.), čím dostáva dáta o počte dotknutých podnikateľov, s ktorými uvažuje ďalej vo výpočte. V následnom Kroku 4 – Stanovenie frekvencie plnenia povinnosti – postupuje v súlade s nižšie uvedeným popisom/tabuľkou, t. j. uvádza skutočnú frekvenciu plnenia povinnosti za rok.

Krok 4 – Stanovenie frekvencie plnenia povinnosti, ktorá sa určí pomocou nasledovných koeficientov:

V štvrtom kroku predkladateľ stanoví frekvenciu plnenia povinnosti, teda početnosť plnení danej povinnosti jedným podnikateľom za určité obdobie. Bázou, voči ktorej je stanovovaná frekvencia, je obdobie 1 roka. Povinnosti môžu byť plnené pravidelne na ročnej báze, polročne, kvartálne, raz za niekoľko rokov, prípadne jednorázovo (napr. povinnosti v súvislosti so vznikom a ukončením podnikania) alebo nepravidelne (v prípade zriedkavého výskytu

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

určitej udalosti, napr. vznik priemyselnej havárie). Koeficienty pre výpočet nákladov regulácie zodpovedajúce frekvencii plnenia sú uvedené v tabuľke.

Tabuľka koeficientov frekvencie

Frekvencia plnenia povinnosti	Koeficient frekvencie	Frekvencia plnenia povinnosti	Koeficient frekvencie
1 – krátko ročne	1	každé 2 roky	0,50
2 – krátko ročne (polročne)	2	každé 3 roky	0,33
3 – krátko ročne	3	každé 4 roky	0,25
4 – krátko ročne (štvrtročne)	4	každých 5 rokov	0,20
Mesačne	12	nepravidelne/ jednorazovo	0,10

Jednotlivé položky nákladov sú na úrovni 1 povinnosti kalkulované na základe nasledovných princípov:

Náklady na 1 podnikateľa

Priame a nepriame náklady na 1 podnikateľa - výška priamych a nepriamych nákladov povinnosti na 1 podnikateľa je vyčíslená na základe vzorca:

$$\begin{array}{l}
 \text{Priame finančné náklady} \times \text{Frekvencia} \\
 \text{Nepriame finančné náklady} \times \text{Frekvencia}
 \end{array}$$

Administratívne náklady na 1 podnikateľa - výška administratívnych nákladov povinnosti na 1 podnikateľa je vyčíslená na základe vzorca:

$$\text{Čas} \times \text{Tarifa}^* \times \text{Frekvencia}$$

*Tarifa – vychádza z priemernej hrubej mzdy v národnom hospodárstve (priemerná hrubá mesačná mzda v národnom hospodárstve SR za rok 2013 - 835 EUR, Eurostat).

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

Celkové náklady na 1 podnikateľa - výška celkových nákladov povinnosti na 1 podnikateľa je automatizovane vyčíslené na základe vzorca:

$$\text{Priame finančné náklady na 1 podnikateľa} + \text{Nepriame finančné náklady na 1 podnikateľa} + \text{Administratívne náklady na 1 podnikateľa}$$

Náklady na celé podnikateľské prostredie

Priame a nepriame náklady na celé podnikateľské prostredie - výška priamych a nepriamych nákladov povinnosti na celé podnikateľské prostredie je vyčíslená na základe vzorca:

$$\begin{matrix} \text{Priame} & & \text{Počet} & & \\ \text{finančné} & \times & \text{dotknutých} & \times & \\ \text{náklady} & & \text{podnikateľov} & & \\ \text{Frekvencia} & & & & \end{matrix}$$

$$\begin{matrix} \text{Nepriame} & & \text{Počet} & & \\ \text{finančné} & \times & \text{dotknutých} & \times & \\ \text{náklady} & & \text{podnikateľov} & & \\ \text{Frekvencia} & & & & \end{matrix}$$

Administratívne náklady na celé podnikateľské prostredie - výška administratívnych nákladov povinnosti na celé podnikateľské prostredie je vyčíslená na základe vzorca:

$$\text{Čas} \times \text{Tarifa}^* \times \text{Počet dotknutých podnikov} \times \text{Frekvencia}$$

*Tarifa – vychádza z priemernej hrubej mzdy v národnom hospodárstve (priemerná hrubá mesačná mzda v národnom hospodárstve SR za rok 2013 - 835 EUR, Eurostat).

Celkové náklady na celé podnikateľské prostredie - výška celkových nákladov povinnosti na celé podnikateľské prostredie je vyčíslené na základe vzorca:

$$\text{Administratívne náklady všetkých dotknutých podnikateľov} + \text{Priame finančné náklady všetkých dotknutých podnikateľov} + \text{Nepriame finančné náklady všetkých dotknutých podnikateľov}$$

Na kalkuláciu nákladov regulácie je možné využiť kalkulačku nákladov (vo formáte MS Excel), ktorá je zverejnená na stránke Ministerstva hospodárstva SR. S ohľadom na účel použitia, resp. rozsah predkladaných materiálov a z nich vyplývajúceho počtu povinností, možno využiť pre kalkuláciu nákladov:

- **Malú kalkulačku nákladov povinnosti** – slúži na jednoduchú kalkuláciu nákladov ľubovoľnej jednej povinnosti (MS Excel, záložka č. 1 – Malá kalkulačka);
- **Veľkú kalkulačku nákladov predkladaného materiálu/regulácie** – slúži na agregovanú kalkuláciu nákladov všetkých povinností, ktoré vyplývajú podnikateľom z predkladaného materiálu/regulácie (MS Excel, záložka č. 2 – Veľká kalkulačka)