



EURÓPSKA ÚNIA
Európsky fond regionálneho rozvoja
OP Integrovaná infraštruktúra 2014 – 2020



MINISTERSTVO
DOPRAVY A VÝSTAVBY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

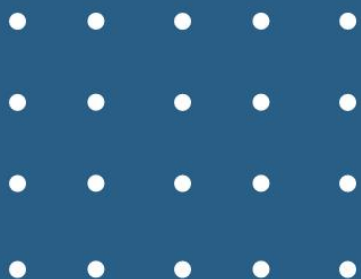


MINISTERSTVO
HOSPODÁRSTVA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

PREVÁDZKOVANIE E-SHOPU V PODMIENKACH SR



SBA | 2022





Vydavateľ: Slovak Business Agency

© SBA, Bratislava, 2022

Všetky práva vyhradené.

Údaje, ktoré sú obsahom tejto publikácie, je možné použiť len s uvedením zdroja.

Neprešlo jazykovou úpravou.



Obsah

Obsah.....	3
Zoznam použitých skratiek	4
Zoznam obrázkov, grafov a tabuliek.....	4
Úvod.....	6
1 Elektronické obchodovanie s dôrazom na elektronický obchod (e-shop)	7
1.1 Modely elektronického obchodovania.....	7
1.2 Stručný prehľad iniciatív na úrovni EÚ na zlepšenie fungovania elektronického obchodovania.....	9
1.3 Stručný prehľad opatrení na podporu elektronického obchodovania v SR.....	16
2 Regulačné aspekty elektronického obchodovania v podmienkach SR.....	22
2.1 Legislatívne vymedzenie a regulácia elektronického obchodu	22
2.1.1 Ochrana a informovanie spotrebiteľa.....	22
2.1.2 Doručenie tovaru a platba za tovar.....	29
2.1.3 Reklamácie tovaru v e-shope	31
2.1.4 Daň z pridanej hodnoty pri cezhraničných predajoch.....	31
2.1.5 Plánované legislatívne zmeny v ochrane spotrebiteľa	36
2.1.6 Ochrana osobných údajov	38
2.2 Regulačné aspekty elektronického obchodovania s dôrazom na prístup k informáciám uloženým v koncovom zariadení užívateľa v podmienkach SR.....	43
3 Ukazovatele e-commerce MSP s dôrazom na elektronický obchod (e-shop)	51
3.1 Vývoj a správanie dopytovej strany trhu e-commerce	51
3.2 Vývoj ponukovej strany e-commerce	55
4 Závery zo stretnutí s podnikateľmi	71
5 Záver a odporúčania.....	75
6 Použitá literatúra	79



Zoznam použitých skratiek

DPH	Daň z pridanej hodnoty
EP	Európsky parlament
Eurostat	Európsky štatistický úrad
NR SR	Národná rada Slovenskej republiky
MPK	Medzirezortné pripomienkové konanie
ŠÚ SR	Štatistický úrad SR
MSP	Malé a stredne veľké podniky

Zoznam obrázkov, grafov a tabuliek

Obrázky:

Obrázok č. 1: Spracovanie osobných údajov na základe súhlasu prostredníctvom cookies súborov s dôrazom na elektronický obchod v podmienkach SR (od 01.02.2022)	49
--	----

Grafy:

Graf č. 1: Využívanie internetu pre osobnú potrebu na uvedené aktivity v priebehu posledných troch mesiacov - vyhľadávanie informácií o tovaroch a službách (% zo všetkých, ktorí využívali internet)	51
Graf č. 2: Podiel nakupujúcich online v posledných 3 mesiacoch, porovnanie SR a EÚ (percento zo všetkých jednotlivcov)	52
Graf č. 3: Podiel nakupujúcich v posledných troch mesiacoch online vo vybraných krajinách v roku 2021	53
Graf č. 4: Podiel nákupov jednotlivých tovarov slovenských spotrebiteľov, ktorí nakupovali cez internet v posledných 3 mesiacoch (porovnanie 2020 a 2021) v %	53
Graf č. 5: Objem realizovaných platieb v rámci e-shopov (mil. eur) podľa údajov Slovenskej sporiteľne za obdobie (2019 – 2021) v SR	54
Graf č. 6: Štruktúra objemov nákupov slovenských spotrebiteľov v e-shopoch v jednotlivých cenových hladinách na celkovom objeme nákupov	55
Graf č. 7: Zastúpenie podnikov podľa dosahujúcich tržieb z e-commerce na Slovensku	56
Graf č. 8: Percento obratu dosiahnuté v MSP prostredníctvom e-commerce vo vybraných krajinách v roku 2021	56
Graf č. 9: Percento obratu dosiahnuté v MSP prostredníctvom e-commerce na Slovensku od roku 2012	57
Graf č. 10: Podiel podnikateľov s e-commerce (% z celkového počtu podnikateľov), nefinančný sektor, rok 2021	58
Graf č. 11: Podiel malých podnikateľov (10 – 49 zamestnancov) s e-commerce (% z celkového počtu podnikateľov), nefinančný sektor, rok 2021	58
Graf č. 12: Podiel stredne veľkých podnikateľov (50 - 250 zamestnancov) s e-commerce (% z celkového počtu podnikateľov), nefinančný sektor, rok 2021	59
Graf č. 13: Podiel MSP s online predajom s web tržbami dosiahnutými formou B2B alebo B2G, bez finančného sektora vo vybraných krajinách	60
Graf č. 14: Vývoj podielu MSP s online predajom B2B alebo B2G na Slovensku	60
Graf č. 15: Podiel MSP, ktoré využívajú obchodovanie prostredníctvom modelu B2C vo vybraných krajinách	61
Graf č. 16: Vývoj podielu MSP s online predajom formou B2C na Slovensku	61



Graf č. 17: Predaj podnikov (MSP) prostredníctvom e-commerce do krajín EÚ v roku 2021 vo vybraných krajinách.....	62
Graf č. 18: Problémy s predajom do iných krajín EÚ – odpoveď „žiadne problémy“ v roku 2021 vo vybraných krajinách.....	63
Graf č. 19: Problémy s predajom do iných krajín EÚ – odpoveď „aspoň jeden problém“ (označenie, sťažnosti, náklady, jazyková bariéra, spolupráca s biznis partnermi) v roku 2021 vo vybraných krajinách.....	63
Graf č. 20: Problémy s dodávkou do iných krajín – vysoké náklady na doručenie alebo vrátenie v roku 2021 vo vybraných európskych krajinách.....	64
Graf 21: Problémy s dodávkou do iných krajín – sťažnosti a riešenie nezrovnalostí v roku 2021 vo vybraných európskych krajinách.....	65
Graf č. 22: Problémy s dodávkou do iných krajín – označovanie výrobkov v roku 2021 vo vybraných európskych krajinách.....	65
Graf č. 23: Problémy s dodávkou do iných krajín – problém so znalosťou cudzích jazykov vo vybraných európskych krajinách.....	66
Graf č. 24: Problémy s dodávkou do iných krajín – problém spojený s DPH vo vybraných európskych krajinách.....	67
Graf č. 25: Problém s rýchlosťou dodania z e-shopov v roku 2021 vo vybraných krajinách Európy.....	67
Graf č. 26: Problém s informovanosťou z e-shopov v roku 2021 vo vybraných krajinách Európy ...	68
Graf č. 27: Návratnosť tovaru v % vo vybraných krajinách v roku 2019.....	69
Graf č. 28: Návratnosť vybraných druhov tovaru v roku 2021.....	70

Tabuľky:

Tabuľka č. 1: Uplatňovanie európskych legislatívnych iniciatív zameraných na odstránenie prekážok súvisiacich s cezhraničnými online činnosťami v EÚ a SR s dôrazom na elektronické obchodovanie.....	11
Tabuľka č. 2: Uplatňovanie európskych legislatívnych iniciatív zameraných na modernizáciu DPH pre cezhraničný elektronický obchod medzi podnikom a koncovým zákazníkom v EÚ a SR s dôrazom na elektronické obchodovanie.....	13
Tabuľka č. 3: Uplatňovanie európskych legislatívnych iniciatív zameraných na ochranu osobných údajov v EÚ a SR s dôrazom na elektronické obchodovanie.....	15
Tabuľka č. 4: Účely spracovania osobných údajov v súvislosti s elektronickým obchodom (e-shopom).....	40
Tabuľka č. 5: Prehľad práv dotknutej osoby po prijatí „Nariadenia GDPR“.....	42
Tabuľka č. 6: Prehľad právnych aktov v súvislosti s ochranou osobných údajov v EÚ a podmienkach SR s dôrazom na elektronický obchod.....	44
Tabuľka č. 7: Reportované problémy MSP predávajúcich prostredníctvom online predaja na Slovensku pri predaji výrobkov do ostatných krajín EÚ.....	64



Úvod

Problematika e-commerce je spojená s rozvojom digitálnych sietí a technológií. V uplynulom období rokov 2020 a 2021 zasiahla svet pandémie COVID – 19. Okrem zdravotných následkov na širokých vrstvách populácie znamenala pandémia v rámci protipandemických opatrení uzatváranie obchodných prevádzok takmer v celom vyspelom svete, Slovensko nevynímajúc. Došlo preto k presunu značnej časti obchodných aktivít do online priestoru.

Pandémia zmenila nákupné správanie spotrebiteľov, ale i predajné správanie predajcov. Profitovať z pandémie mohli najmä tí obchodníci, ktorí už pred pandemiou mali vybudovanú príslušnú infraštruktúru na predaj online. Malé a stredné podniky, ktoré predávali lokálnym zákazníkom, boli donútené hľadať aj možnosti predaja prostredníctvom online.

Ďalšiu skupinu problémov v prípade e-commerce predstavuje pre podnikateľov legislatívne ukotvenie. V uplynulom období boli novelizované viaceré zákony a legislatíva, ktorá sa dotýka priamo e-shopov. V medzirezortnom pripomienkovom konaní (august 2022) sa v súčasnosti nachádzajú zákony, ktoré sa dotýkajú regulácie ochrany spotrebiteľa. Samostatnú a veľkú problematiku, ktorá vo všeobecnosti má vplyv na online služby, predstavuje problematika ochrany osobných údajov ako i tzv. cookies. Všetky tieto okolnosti vytvárajú niekoľko bariér pri podnikaní prostredníctvom online predaja.

Cieľom analýzy je zhodnotenie podmienok na podnikanie v online priestore na Slovensku, vrátane základnej kvantitatívnej analýzy zmien na trhu. V analýze hodnotíme aj vybrané iniciatívy na podporu elektronického obchodovania.

V prvej kapitole vymedzujeme elektronické obchodovanie, rozdiel medzi e-commerce a e-shopom, ako i základné otázky pre rozvoj, otvorenosť a jednotnosť elektronického obchodovania. Tiež sa venujeme popisu dôležitých iniciatív, ktoré vyvíjajú jednotlivé authority na Slovensku na podporu rozvoja e-commerce.

Druhá kapitola je kľúčová pre pochopenie legislatívy, ktorá sa prioritne dotýka regulácie elektronického podnikania. Rozsiahlo sa venujeme legislatíve, ktorá je zameraná na ochranu spotrebiteľa. Druhou dôležitou časťou legislatívy je ochrana osobných údajov. Tá sa dotýka nielen transpozície európskych smerníc do slovenskej legislatívy, ale taktiež ich aplikovania do praxe. V praxi sa prejavuje veľmi často napríklad reguláciou tzv. cookies. Je dôležité tiež poznať, čo znamená bezpečnostný incident, aké práva na prístupy má spotrebiteľ a to aj z hľadiska podnikateľa, ktorý musí tieto svoje povinnosti plniť.

V tretej kapitole sa venujeme trendom e-commerce v posledných rokoch. Zameriavame sa nielen na zmenu správania sa slovenských podnikateľov, ale i spotrebiteľov na slovenskom trhu a porovnaní Slovenska so zahraničím, čo sa týka jednotlivých trendov.

Štvrtá kapitola je sumárom zistení z rozhovorov z okrúhleho stola s podnikateľmi zo sektora e-commerce.

Publikácia by preto mala pomôcť najmä malým a stredným podnikateľom zorientovať sa v jednotlivých povinnostiach ktoré majú z hľadiska legislatívy, nájsť priestor na rast, či pochopiť nové trendy ktoré sa na trhu e-commerce prejavujú.



1 Elektronické obchodovanie s dôrazom na elektronický obchod (e-shop)



Rozvoj digitálnych technológií (vrátane lepšieho prístupu k internetu) posilnil fungovanie elektronického obchodovania na celom svete. Vo všeobecnosti, **elektronické podnikanie** zahŕňa nákup alebo predaj tovarov a služieb prostredníctvom elektronických systémov, resp. platforiem (internet, počítačové siete)¹. **Elektronické obchodovanie (e-commerce)** predstavuje proces nákupu a predaja s využitím elektronických prostriedkov (najmä internetu). Okrem toho zahŕňa marketing, komunikáciu so zákazníkmi, servis, či výber spôsobu distribúcie². **Elektronický obchod (e-shop)** na rozdiel od elektronického obchodovania predstavuje výsledok zmluvných záväzkových vzťahov. Nákup a predaj tovaru alebo služby je realizovaný prostredníctvom konkrétneho predajcu.

1.1 Modely elektronického obchodovania

V praxi existuje niekoľko modelov elektronického obchodovania. Najrozšírenejšími sú B2C (z angl. Business to Customer), B2B (Business to Business), či B2G (Business to Government).

B2C – obchodný vzťah medzi podnikateľským subjektom (najčastejšie maloobchodným predajcom) a koncovým zákazníkom (spotrebiteľom). Je realizovaný najčastejšie prostredníctvom elektronického obchodu.

B2B – obchodný vzťah medzi dvoma a viacerými podnikateľskými subjektmi (veľkoobchodnými partnermi) navzájom. Sprostredkovateľom vzťahu nakupujúcich a predávajúcich firiem je elektronický trh. Rozdiel medzi elektronickým obchodom (e-shopom) a elektronickým trhom (marketplace) je, že na e-shope je nákup realizovaný priamo iba od jedného obchodníka, zatiaľ čo na marketplace je nákup realizovaný od viacerých obchodníkov. Marketplace tento predaj len sprostredkúva.³

B2G – obchodný vzťah medzi podnikateľským subjektom a vládou realizovaný najmä prostredníctvom využitia elektronických služieb (elektronické daňové priznanie, nahlasovanie poisťných udalostí, elektronická komunikácia s colnými úradmi a obchodným registrom).

Svetová obchodná organizácia (WTO – World Trade Organisation) výrazne prispela k rozvoju globálneho trhu elektronického obchodovania (v rámci Európy aj celosvetovo).

¹ Dostupné online: <http://epodnikanie.euin.org/node/38>

² Spracované podľa <https://www.shoptet.sk/slovník-pojmov/e-commerce/>

³ Dostupné online: <https://www.blueweb.sk/blog/marketplace-ako-sucast-biznis-planu#>



V roku 1998 podpísalo 69 krajín dokument Agreement on basic telecommunication, záväzok o prístupe na národný trh.⁴

Pre správne fungovanie elektronického obchodovania (vrátane elektronického obchodu) je dôležité zabezpečiť, aby boli splnené určité predpoklady, medzi ktoré patrí⁵:

Interoperabilita medzi jednotlivými službami

Jednotný otvorený trh môže fungovať za podmienky, že je zabezpečená interoperabilita⁶ medzi jednotlivými službami elektronického obchodovania krajín Európy. Možno ju dosiahnuť prostredníctvom normalizácie priemyslu. Európske normalizačné orgány pre spomínané odvetvie sú najmä CEN (Comité Européen de Normalisation – Európsky výbor pre normalizáciu) a CENELEC (Európsky výbor pre normalizáciu v elektrotechnike) a ETSI (Európsky inštitút pre telekomunikačné normy).

Budovanie dôvery a zodpovednosti

Pre rozvoj elektronického obchodu je potrebné budovať dôveru a zodpovednosť, a to ako medzi podnikateľmi, tak aj spotrebiteľmi. Nedôvera spotrebiteľov je eliminovaná využitím tzv. signalingu, teda používaním určitých značiek kvality, zaviazaním sa dodržiavať kódexy správania sa a zvyšovaním transparentnosti online transakcií. Spoločnosti musia vedieť reflektovať na otázku, kto má prístup k citlivým údajom ktorými disponujú, a akým spôsobom môžu udeliť tretej strane čiastočné prístupové práva k týmto informáciám.

Bezpečnosť a súkromie

Bezpečnosť a súkromie sú pre fungovanie jednotného otvoreného trhu veľmi podstatné. Aby mohli podnikatelia, spotrebiteľia a verejnosť dôverovať elektronickému obchodu, musí byť zaistená bezpečnosť prenášaných údajov a súkromia zabezpečením vhodnej ochrany. Pre rozvoj informačnej spoločnosti a elektronického obchodu treba zaistiť aj primeranú ochranu duševného vlastníctva.

Právne predpisy

Vytvorenie jednotného a otvoreného európskeho trhu je sprevádzané zosúladením právnych predpisov a harmonizáciou legislatívy v rámci zúčastnených krajín. Každá krajina poskytujúca služby prostredníctvom elektronického obchodu má svoju legislatívu, ktorá rieši aj otázku elektronického obchodovania a právne predpisy jednotlivých krajín sa v tomto ohľade zatiaľ nie vždy zhodujú. Rovnako je potrebné stanoviť, ktoré zákony budú uplatňované v rámci súdnych sporov alebo iných prípadov (napríklad pri elektronických zmluvách, elektronickom daňovníctve, účtovníctve).

⁴ Dostupné online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:132101>

⁵ Dostupné online: <https://itlib.cvtisr.sk/%c4%8c1%c3%a1nky/clanek817/>

⁶ schopnosť rôznych systémov vzájomne spolupracovať, poskytovať služby a dosiahnuť vzájomnú súčinnosť



1.2 Stručný prehľad iniciatív na úrovni EÚ na zlepšenie fungovania elektronického obchodovania

V poslednom období bolo prijatých, resp. aktualizovaných niekoľko iniciatív (legislatívnych, nelegislatívnych) zameraných na riešenie súčasnej problematiky v oblasti elektronického obchodovania. Ide najmä o odstraňovanie prekážok súvisiacich s cezhraničnými online činnosťami, modernizáciu DPH pre cezhraničný elektronický obchod medzi podnikmi a koncovým zákazníkom a ochranu osobných údajov.



Odstránenie prekážok súvisiacich s cezhraničnými online činnosťami



Modernizácia DPH pre cezhraničný elektronický obchod medzi podnikom a koncovým zákazníkom (B2C)



Ochrana osobných údajov

Odstránenie prekážok súvisiacich s cezhraničnými online činnosťami

Iniciatíva EK v podobe Smernice Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ stanovila štandardné pravidlá týkajúce sa spoločných aspektov zmlúv na diaľku a zmlúv uzatváraných mimo prevádzkových priestorov. Súčasťou predmetnej smernice sú definované práva na odstúpenie od zmlúv uzavretých na diaľku a mimo prevádzkových priestorov. Okrem toho harmonizovala určité ustanovenia týkajúce sa plnenia a niektorých ďalších aspektov zmlúv medzi podnikateľmi a spotrebiteľmi.

Jedným z pilierov **iniciatívy s názvom Stratégia digitálneho jednotného trhu** prijatej v roku 2015 je zabezpečenie lepšieho prístupu k tovaru a službám na internete pre spotrebiteľov a podniky v celej EÚ. Vzhľadom na to predstavila Európska komisia (ďalej len „EK“) v roku 2016 balík opatrení v podobe iniciatív na podporu cezhraničného elektronického obchodovania v EÚ.

Cieľom EÚ je okrem iného budovanie jednotného trhu, pričom dôraz sa kladie na odstraňovanie prekážok pri cezhraničnom obchodovaní (vrátane elektronického obchodovania). Cieľom iniciatívy v podobe prijatého **Nariadenia (EÚ) 2018/302 o riešení neodôvodneného geografického blokovania a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na vnútornom trhu**, je zabezpečiť, aby spotrebiteľia pri nákupe tovaru alebo služby v inej krajine EÚ (online alebo v priestoroch prevádzky) neboli diskriminovaní z hľadiska cien, obchodných a platobných podmienok. Takéto geografické blokovanie zahŕňa zamietnutie prístupu k webovému sídlu z iného členského štátu a tiež situácie, keď je síce prístup k webovému sídlu poskytnutý, ale zákazník zo zahraničia nemôže dokončiť svoju objednávku, alebo je vyzvaný, aby zaplatil debetnou alebo kreditnou kartou vydanou v určitej krajine.

Za účelom zefektívnenia a cenového zatriktívnenia cezhraničného doručovania balíkov prijala EK iniciatívu v podobe **Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/644 o službách dodávania balíkov**, ktorým sa stanovili špecifické ustanovenia na podporu zlepšenia služieb dodávania balíkov. Prostredníctvom **regulačného dohľadu** v súvislosti so službami podávania balíkov, poskytuje nariadenie vnútroštátnym poštovým regulačným



orgánom údaje pre potreby monitorovania cezhraničných trhov a kontroly cenovej dostupnosti a nákladovej orientácie cien. Zavedením požiadavky transparentného a nediskriminačného prístupu tretích strán k službám a infraštruktúre cezhraničného doručovania balíkov sa posilňuje hospodárska súťaž (najmä z dôvodu **zvýšenia cenovej transparentnosti**). Súčasťou je sprístupnenie informácií (týkajúcich sa služieb cezhraničného dodávania balíkov) podnikmi pre spotrebiteľov. Realizácia uvedených ustanovení umožňuje spotrebiteľom a maloobchodníkom z okrajových regiónov využívať cenovo dostupné doručovanie tovarov a možnosť bezproblémového vrátenia tovaru.

V roku 2018 vstúpila do účinnosti **Smernica (EÚ) 2015/2366 o platobných službách v celej EÚ**. Stanovila, okrem iného, pravidlá týkajúce sa práv a povinností používateľov a poskytovateľov platobných služieb a tiež prísne bezpečnostné požiadavky na elektronické platby a ochranu finančných údajov spotrebiteľov s cieľom zaručiť bezpečnú autentifikáciu a znížiť riziko podvodu. Jednou z požiadaviek predmetnej smernice na poskytovateľov platobných služieb (napr. bánk, platobných inštitúcií a inštitúcií elektronických peňazí) bol prechod na tzv. silnú autentifikáciu používateľa platobných služieb. Hlavným dôvodom uvedenej požiadavky bolo znížiť riziko podvodov uskutočnených platobnými kartami na internete. Výsledkom bolo delegované **Nariadenie Komisie (EÚ) 2018/389, ktoré dopĺňa predmetnú smernicu, pokiaľ ide o regulačné technické predpisy pre silnú autentifikáciu zákazníka a spoločné a bezpečné otvorené komunikačné normy** (tzv. Delegované nariadenie Európskej únie o Silnej Autentifikácii Klienta - Strong Customer Authentication). Na overenie klienta (držiteľa platobnej karty) sú banky povinné namiesto overovania platby prostredníctvom SMS správy s kódom zabezpečiť overovanie jednou z metód silnej autentifikácie (t.j. kombinácia dvoch alebo viacerých prvkov). Prevádzkovatelia e-shopov sú tak povinní umožniť bankám (vydavateľovi platobnej karty) overenie klienta (držiteľa platobnej karty) pri každej platobnej transakcii na internete. V prípade, že totožnosť klienta nie je korektne overená, je povinnosťou banky transakciu zamietnuť.

Okrem vyššie spomínanej smernice resp. nariadenia, na zvýšenie ochrany spotrebiteľa prijala EK ďalšiu iniciatívu v podobe **Smernice Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/771 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o predaji tovaru**. Smernica prispieva k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu a zároveň poskytuje vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa prostredníctvom stanovených spoločných pravidiel pre určité požiadavky týkajúce sa kúpnych zmlúv uzavretých medzi predávajúcimi a spotrebiteľmi. Ide najmä o pravidlá týkajúce sa súladu tovaru so zmluvou, prostriedkov nápravy v prípade nesúladu so zmluvou, postupov na uplatnenie týchto prostriedkov nápravy, ako aj obchodných záruk.

Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/770 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb zabezpečuje podnikom možnosť poskytovať digitálny obsah a predávať tovar online zákazníkom vo všetkých členských štátoch EÚ na základe jednotného súboru zmluvných pravidiel. Zatiaľ čo smernica (EÚ) 2019/770 stanovuje pravidlá pre určité požiadavky týkajúce sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu alebo digitálnych služieb, smernica (EÚ) 2019/771 stanovuje pravidlá pre určité požiadavky týkajúce sa zmlúv o predaji tovaru.



Tabuľka č. 1: Uplatňovanie európskych legislatívnych iniciatív zameraných na odstránenie prekážok súvisiacich s cezhraničnými online činnosťami v EÚ a SR s dôrazom na elektronické obchodovanie

Názov	Transpozícia do právneho poriadku v SR
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	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
Nariadenie (EÚ) 2018/302 o riešení neodôvodneného geografického blokovania a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na vnútornom trhu	Zákon č. 299/2019 Z. z. o dohľade a pomoci pri riešení neodôvodnenej geografickej diskriminácie zákazníka na vnútornom trhu a o zmene zákona 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
Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/644 o službách dodávania balíkov	-
Delegované Nariadenie Komisie (EÚ) 2018/389, ktoré dopĺňa smernicu (EÚ) 2015/2366, pokiaľ ide o regulačné technické predpisy pre silnú autentifikáciu zákazníka a spoločné a bezpečné otvorené komunikačné normy	Zákon č.340/2020 Z. z. ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 483/2001 Z. z. o bankách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a ktorým sa menia a dopĺňajú niektoré zákony (novela zákona č.492/2009 Z. z.) Zákon č. 492/2009 Z. z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov
Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/2161, 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	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 (V súčasnosti je v prípravnom procese nový zákon o ochrane spotrebiteľa. Avšak legislatívny proces nie je ukončený).
Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/771 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o predaji tovaru ⁷	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 (V súčasnosti je v prípravnom procese nový zákon o ochrane spotrebiteľa. Avšak legislatívny proces nie je ukončený).
Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/770 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb	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 (V súčasnosti je v prípravnom procese nový zákon o ochrane spotrebiteľa. Avšak legislatívny proces nie je ukončený).

Zdroj: SBA, Vlastné spracovanie

⁷ Dostupné online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/ALL/?uri=CELEX:32019L0771>



Modernizácia DPH pre cezhraničný elektronický obchod medzi podnikom a koncovým zákazníkom (B2C)

Cieľom prijatia iniciatívy s názvom **Akčný plán v oblasti DPH** Európskou komisiou v roku 2016 bolo zavedenie jednotného európskeho priestoru v oblasti DPH, ktorý kladie okrem iného dôraz na prispôsobenie sa digitálnej ekonomike.⁸ V tom istom roku zverejnila balík opatrení v podobe iniciatív v oblasti DPH.

Iniciatíva v podobe **Smernice Rady (EÚ) 2018/1713 zo 6. novembra 2018, ktorou sa mení smernica 2006/112 ES, pokiaľ ide o sadzby dane z pridanej hodnoty uplatňované na knihy, noviny a periodiká**, umožňuje členským štátom uplatňovať rovnakú sadzbu DPH na elektronické publikácie (napr. elektronické knihy a online noviny), ako na ich tlačené ekvivalenty na základe zrušenia ustanovení, ktoré vylučovali elektronické publikácie z priaznivého daňového režimu, ktorý sa vzťahoval na tlačené publikácie.

Ďalšou iniciatívou v oblasti DPH je **Vykonávacie Nariadenie Rady (EÚ) 2017/2459 z 5. decembra 2017, ktorým sa mení vykonávacie nariadenie (EÚ) č. 282/2011, ktorým sa ustanovujú vykonávacie opatrenia smernice 2006/112/ES o spoločnom systéme dane z pridanej hodnoty**. Uvedeným nariadením sa zjednodušili postupy týkajúce sa okrem iného cezhraničného (elektronického) poskytovania služieb v rámci EÚ nezdaniteľným osobám usadeným v členskom štáte EÚ. Zjednodušený postup v podobe požiadavky len na jeden dôkaz⁹ je na základe predmetného nariadenia uplatniteľný za podmienky, že celková ročná hodnota poskytnutých služieb bez DPH nepresiahne hodnotu 100 tis. EUR.

Jednou z najvýznamnejších iniciatív je **Smernica Rady (EÚ) 2017/2455, ktorou sa mení smernica 2006/112/ES a smernica 2009/132/ES, pokiaľ ide o určité povinnosti týkajúce sa dane z pridanej hodnoty pri poskytovaní služieb a predaji tovaru na diaľku (tzv. Smernica o DPH)**. Zaviedla nové pravidlá pri uplatňovaní DPH v rámci elektronického obchodovania. Zásadná zmena sa týka nahradenia pojmu „zásielkový predaj“ pojmom „predaj tovaru na diaľku“, pričom došlo k úprave limitu (resp. zavedeniu jednotného limitu) dodaní bez DPH (tovarov a digitálnych služieb) v rámci EÚ. Okrem toho nové pravidlá rozlišujú medzi predajom tovaru na diaľku v rámci EÚ a predajom tovaru dovážaného z tretích štátov. Vzhľadom na to, súčasťou nových pravidiel je rozšírenie dobrovoľných osobitných úprav dane na tovar (vrátane digitálnych služieb). Nové povinnosti vznikajú aj pri dodávaní tovarov prostredníctvom elektronických (digitálnych) platforiem.

⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017DC0566&from=EN>

⁹ Podľa článku 24b písm. d) vykonávacieho nariadenia (EÚ) č. 282/2011, musí poskytovateľ telekomunikačných služieb, služieb rozhlasového a televízneho vysielania a elektronicky poskytovaných služieb nezdaniteľným osobám v EÚ získať dva neprotichodné dôkazy o mieste usadenia svojich odberateľov, pričom najvýraznejšie to ovplyvňuje MSP. Dôvodom je, že objem ich obchodu nie je dostatočne významný na to, aby investovali do nákladných technologických riešení, ktoré im umožnia získať dva druhy dôkazu o odberateľovi.



Tabuľka č. 2: **Uplatňovanie európskych legislatívnych iniciatív zameraných na modernizáciu DPH pre cezhraničný elektronických obchod medzi podnikom a koncovým zákazníkom v EÚ a SR s dôrazom na elektronické obchodovanie**

Názov	Transpozícia do právneho poriadku v SR
Vykonávacie Nariadenie Rady (EÚ) 2017/2459 z 5. decembra 2017, ktorým sa mení vykonávacie nariadenie (EÚ) č. 282/2011, ktorým sa ustanovujú vykonávacie opatrenia smernice 2006/112/ES o spoločnom systéme dane z pridanej hodnoty	Zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov
Smernica Rady (EÚ) 2018/1713 zo 6. novembra 2018, ktorou sa mení smernica 2006/112 ES, pokiaľ ide o sadzby dane z pridanej hodnoty uplatňované na knihy, noviny a periodiká	Zákon č. 344/2020 Z.z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov (novela zákona č.222/2004 Z. z.) Zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov
Smernica Rady (EÚ) 2017/2455 ktorou sa mení smernica 2006/112/ES a smernica 2009/132/ES, pokiaľ ide o určité povinnosti týkajúce sa dane z pridanej hodnoty pri poskytovaní služieb a predaji tovaru na diaľku (Smernica o DPH)	Zákon č. 344/2020 Z.z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov (novela zákona č.222/2004 Z. z.) Zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov
Smernica Rady (EÚ) 2019/1995 ktorou sa mení smernica 2006/112/ES, pokiaľ ide o ustanovenia týkajúce sa predaja tovaru na diaľku a určitých domácich dodaní tovaru	Zákon č. 344/2020 Z.z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov (novela zákona č.222/2004 Z. z.) Zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov Zákon č. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov

Zdroj: SBA, Vlastné spracovanie

Ochrana osobných údajov s dôrazom na elektronické obchodovanie

Ochrana osobných údajov sa stala základným právom najmä po prijatí Lisabonskej zmluvy. Odporúčaná úprava povinností prevádzkovateľov webových stránok je od roku 2009 zadefinovaná v rámci iniciatívy v podobe **Smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES týkajúcej sa spracovávaní osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií („Smernica ePrivacy“)**. Upravuje **spracúvanie osobných údajov používateľov webových stránok**. Harmonizuje vnútroštátne ustanovenia požadované na zabezpečenie primeranej úrovne ochrany základných práv a slobôd. Ide najmä o právo na súkromie a dôvernosť v súvislosti so spracovaním osobných údajov v **elektronickom komunikačnom sektore** a zabezpečenie voľného pohybu takých údajov v EÚ ¹⁰.

¹⁰ Dostupné online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:02002L0058-20091219&from=SK>



V roku 2016 bol prijatý balík reforiem v oblasti ochrany osobných údajov (vrátane smernice o ochrane osobných údajov spracúvaných na účely presadzovania práva v trestných veciach)¹¹. Prijatý balík reforiem prispel k modernizácii a aktuálnosti pravidiel dvadsať rokov uplatňovanej smernice o ochrane údajov z roku 1995¹². Okrem toho posilnil dva dôležité prvky jednotného digitálneho trhu, t. j. voľný tok osobných údajov medzi členskými štátmi EÚ a dôveru a bezpečnosť spotrebiteľov.¹³

O dva roky neskôr (v roku 2018) sa začala uplatňovať iniciatíva v podobe **všeobecného nariadenie o ochrane údajov (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)**, inak nazývané aj **General Data Protection Regulation (GDPR)**.

V tomto nariadení, ktorým bola zrušená Smernica Európskeho parlamentu a Rady 95/46/EHS o ochrane fyzických osôb pri spracovaní osobných údajov a voľnom pohybe týchto údajov, bola stanovená **nová definícia pojmu osobné údaje**, boli stanovené **práva jednotlivcov a povinnosti osôb, ktoré údaje spracúvajú** a ktoré nesú zodpovednosť za ich spracúvanie. Zaviedli sa postupy na zabezpečenie súladu s pravidlami a **stanovil sa rozsah sankcií** pre osoby, ktoré stanovené pravidlá porušia. V nariadení bol stanovený aj **prenos osobných údajov do tretích krajín a medzinárodných organizácií**.¹⁴

Reakciou na vývoj a zmeny na trhu elektronických komunikácií (zavádzanie a používanie nových technológií, nárast dopytu po online službách a potreba rozšírenia pripojenia k vysokorýchlostnému internetu pre čo najväčší okruh užívateľov) je **Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1972, ktorou sa stanovuje európsky kódex elektronických komunikácií**. Nahradila štyri smernice regulačného rámca pre elektronické komunikácie.¹⁵

Okrem dosiahnutia troch hlavných cieľov spomínanej smernice, ktorými sú **podpora hospodárskej súťaže, rozvoj vnútorného trhu a ochrana záujmov koncových užívateľov**, je ďalším z cieľov zabezpečiť v čo najväčšej miere prístup k vysokokapacitným sieťam a ich využívanie všetkými občanmi a podnikateľskými subjektmi za primeranú cenu pri zachovaní možnosti výberu, účinnú a spravodlivú hospodársku súťaž, inovácie, efektívne uplatňovanie spoločných pravidiel v rámci Európskej únie a predvídateľných regulačných prístupov.

¹¹ <https://www.consilium.europa.eu/sk/policies/data-protection-reform/>

¹² Smernica Európskeho parlamentu a Rady 95/46/ES o ochrane fyzických osôb pri spracovaní osobných údajov a voľnom pohybe týchto údajov

¹³ Dostupné online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0043GDPR>

¹⁴ Dostupné online: <https://www.consilium.europa.eu/sk/policies/data-protection-reform/data-protection-regulation/>

¹⁵ Nahrádza: Smernicu Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2002/19/ES o prístupe a prepojení elektronických komunikačných sietí a príslušných zariadení (prístupová smernica), Smernicu Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2002/20/ES o povolení na elektronické komunikačné sieťové systémy a služby (smernica o povolení), Smernicu Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2002/21/ES o spoločnom regulačnom rámci pre elektronické komunikačné siete a služby (rámcová smernica), Smernicu Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2002/22/ES o univerzálnej službe a právach užívateľov týkajúcich sa elektronických komunikačných sietí a služieb (smernica o univerzálnej službe).



Tabuľka č. 3: Uplatňovanie európskych legislatívnych iniciatív zameraných na ochranu osobných údajov v EÚ a SR s dôrazom na elektronické obchodovanie

Právny akt	Transpozícia do právneho poriadku v SR
Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES týkajúca sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií („Smernica ePrivacy“)	Zákon č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách Zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov Zákon 22/2004 Z. z. (o elektronickom obchode a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení zákona č. 284/2002 Z. z.)
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. („Nariadenie GDPR“)	Zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov
Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1972 ktorou sa stanovuje európsky kódex elektronických komunikácií	Zákon č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách Zákon č. 402/2013 Z. z. o Úrade pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb a Dopravnom úrade a o zmene a doplnení niektorých zákonov Zákon č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov.

Zdroj: SBA, Vlastné spracovanie

S cieľom stimulovať resp. prispieť k rozvoju elektronického obchodu v rámci EÚ prijala EK iniciatívy v oblasti online sprostredkovateľských služieb (tzv. digitálnych platforiem)¹⁶ a tiež v oblasti digitálnych zručností¹⁷. Súčasťou sú prijaté iniciatívy EK, ktorých uplatnenie sa očakáva v najbližšom období. Ide najmä o iniciatívy v oblasti colnej únie (zriadenie

¹⁶ Nariadenia EP a Rady (EÚ) 2019/1150 z 20. júna 2019 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb. Nariadenie bolo uverejnené v Úradnom vestníku v júli 2019 a je uplatniteľné vo všetkých členských štátoch EÚ šesť mesiacov odo dňa jeho uverejnenia.

¹⁷ Nariadenia Európskeho parlamentu, ktorým sa stanovuje program Digitálna Európa na obdobie 2021 – 2027. Nariadenie sa uplatňuje od začiatku roka 2021.



centrálneho elektronického priečinka¹⁸), registrácie domény¹⁹, DPH pri využívaní digitálnej platformy²⁰ a tiež v oblasti digitálnych služieb (s dôrazom na digitálne platformy)²¹.

Práve oblasť digitálnych služieb bola začiatkom júla 2022 v Európskom parlamente jednou z najdiskutovanejších oblastí. Výsledkom je schválenie **zákona o digitálnych službách (DSA)**²² a **digitálnych trhoch (DMA)**, ktorých začiatok uplatňovania sa očakáva v roku 2024. Nové pravidla zákona o digitálnych službách (DSA) sprísnia poskytovanie cielenej reklamy, dezinformáciu prostredníctvom používateľského rozhrania, fungovanie algoritmov digitálnych (resp. online) platforiem, fungovania online trhovísk s dôrazom na uchovávanie informácií o predajcoch a tiež boj s dezinformáciami.²³ Zákon o digitálnych trhoch stanovuje povinnosti pre veľké online platformy tzv. gatekeepers (strážcovia prístupu). Tí budú povinní zverejňovať viac informácií o svojich vlastných službách s tretími stranami. Okrem toho spracúvať osobné údaje používateľov webových stránok na účely cielenej reklamy budú môcť spomínané online platformy len na základe ich výslovného súhlasu. Predmetné zákony tak okrem iného stanovujú sankcie za nedodržanie povinností z nich plynúce.²⁴

1.3 Stručný prehľad opatrení na podporu elektronického obchodovania v SR

V nasledujúcej časti sú prezentované opatrenia na podporu elektronického obchodovania v podmienkach SR. Okrem tvorcov politik, participujú na podpore elektronického obchodovania v kontexte digitálnej transformácie aj ďalší stakeholderi z rôznych oblastí, pričom na podporu elektronického obchodovania v podmienkach SR realizujú aj niekoľko konkrétnych opatrení.

Tvorcovia politik

Tvorcovia politik prispievajú k digitálnej transformácii Slovenska okrem iného aj prostredníctvom **rámcových a strategických dokumentov** prezentujúcich výzvy, ciele a v niektorých prípadoch návrhy konkrétnych opatrení. Podpora prostredníctvom rámcových a strategických dokumentov je realizovaná v širšom kontexte digitálnej transformácie podnikov. Dôvodom sú absentujúce rámcové a strategické dokumenty explicitne zamerané

¹⁸ Návrh Nariadenia EP a Rady, ktorým sa zriaďuje prostredie centrálneho elektronického priečinka Európskej únie pre colníctvo a ktorým sa mení nariadenie (EÚ) č. 952/2013. V súčasnosti prebiehajú v rámci spomínaného nariadenia diskusie v Rade.

¹⁹ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/517 z 19. marca 2019 o zavedení a fungovaní názvu domény najvyššej úrovne.eu, ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 733/2002 a nariadenie Komisie (ES) č. 874/2004. Nariadenie sa uplatňuje od októbra 2022.

²⁰ Smernica Rady (EÚ) 2021/514, ktorou sa mení smernica 2011/16/EÚ o administratívnej spolupráci v oblasti daní. Smernica by mala byť transponovaná do vnútroštátnych právnych predpisov členských štátov EÚ do konca roka 2022 s jej následným uplatnením od začiatku roka 2023.

²¹ Návrh Nariadenia EP a ER o jednotnom trhu s digitálnymi službami (akt o digitálnych službách) a o zmene smernice 2000/31/ES. V rámci nariadenia bola v roku 2022 uskutočnená diskusia v Rade a predložených niekoľko pozmeňujúcich návrhov.

²² Uvedená právna regulácia ovplyvní ako veľké digitálne platformy tak aj MSP, pričom podľa odhadov EK tvoria MSP viac ako 90 % digitálnych platforiem v EÚ.

²³ Dostupné online: <https://touchit.sk/europska-unia-chce-zmenit-internet/412943>

²⁴ Dostupné online: <https://zive.aktuality.sk/clanok/37ys3Fn/europolanci-schvalili-nove-zakony-o-digitalnych-sluzbach-a-trhoch/>



na elektronické obchodovanie (resp. elektronický obchod) v podmienkach SR. Najvýznamnejším tvorcom politiky je **Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR**. Okrem toho Ministerstvo hospodárstva SR a tiež Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR prispievajú k podpore elektronického obchodovania v širšom kontexte digitálnej transformácie.

Poskytovatelia technickej podpory

V procese digitálnej transformácie predstavuje rozvoj informačných a komunikačných technológií (IKT) nevyhnutný faktor konkurencieschopnosti EÚ. Rozširovanie širokopásmového pripojenia a zavádzanie vysokorýchlostných sietí, rozvíjanie produktov a služieb IKT a elektronického obchodovania a posilnenie aplikácií IKT v rôznych oblastiach predstavujú pretrvávajúce priority Európskej komisie v dobe digitalizácie.²⁵ Dôležitú úlohu v rámci podpory elektronického obchodovania v podmienkach SR zohrávajú **dodávatelia informačných technológií** a tiež poskytovatelia **digitálnej infraštruktúry**. Osobitnou kategóriou sú **prevádzkovatelia webhostingu** (napr. Websupport, Wedos, Webhouse a iné.) t.j. komerčnej služby zameranej na prevádzku webovej stránky a elektronickej pošty.²⁶

Poskytovatelia odborného vzdelávania a odbornej prípravy

V rámci jednej z národných **iniciatív**²⁷ **MIRRI SR** s názvom Digitálne zručnosti bolo realizovaných niekoľko konkrétnych aktivít zameraných na digitálne zručnosti. Jednou z nich je národný projekt **IT akadémia** s cieľom vytvorenia modelu vzdelávania a prípravy mladých ľudí pre súčasné a perspektívne potreby vedomostnej spoločnosti a trhu práce s dôrazom na informatiku a IKT. Digitálna koalícia²⁸ predstavuje iniciatívu MIRRI SR a IT asociácie Slovenska, ktorá spája verejné, súkromné, akademické a občianske organizácie na Slovensku s cieľom zlepšovania digitálnych zručností občanov, IT špecialistov a zamestnancov.

Dôležitú úlohu v poskytovaní odborného vzdelávania a prípravy zohrávajú aj **univerzity**, ktoré umožňujú okrem iného prístup k modernejším technológiám a ponúkajú priaznivé prostredie pri spolupráci študentov s podnikateľskými subjektmi.

Jedným z príkladov odborného vzdelávania v oblasti digitálnej transformácie podnikov s dôrazom na elektronický obchod je v podmienkach Slovenskej republiky Žilinská univerzita²⁹. Fakulta prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov (Katedra spojov) ponúka na prvom a druhom stupni vysokoškolského štúdia študijný program s názvom Elektronický obchod a manažment. Absolventi spomínaného študijného programu získajú vedomosti

²⁵ Dostupné online: https://ec.europa.eu/regional_policy/sk/policy/themes/ict/

²⁶ Dostupné online: https://www.researchgate.net/profile/Mobashar-Mubarik/publication/359747372_Podnikanie_na_Slovensku_v_dobe_digitalizacie_optikou_generacii/links/624cc74e4f88c3119ce2a95f/Podnikanie-na-Slovensku-v-dobe-digitalizacie-optikou-generacii.pdf?origin=publication_detail

²⁷ Dostupné online: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/narodne-iniciativy/digitalne-zrucnosti/index.html>

²⁸ Dostupné online: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/narodne-iniciativy/digitalna-koalicia/index.html>

²⁹ Dostupné online: <https://ks.uniza.sk/sk/uchadzaci/studijne-programy>



a zručnosti analyzovať procesy a riešiť problémy v dobe nástupu nových foriem komunikácie prostredníctvom elektronického obchodu a jeho riadenia.

Univerzity ako napr. Univerzita Komenského v Bratislave, Ekonomická univerzita v Bratislave ponúkajú odborné vzdelávanie s dôrazom na elektronické obchodovanie resp. elektronický obchod v rámci konkrétnych vyučovacích predmetov alebo prostredníctvom tvorby univerzitných e-shopov ako napr. v prípade Technickej univerzity v Košiciach.

Inovatívny vzdelávací projekt s názvom Digitálna univerzita³⁰, ktorú založilo združenie Digital Marketing Club³¹ ponúka možnosť vzdelávania vo viacerých študijných programoch. Jedným z nich je Tvorba webu a e-shopu zameraný okrem samotnej tvorby webu, jeho ochrany aj na rôzne pravidlá a typy jeho úspešnej prevádzky.

Medzi ďalších poskytovateľov odborného vzdelávania a odbornej prípravy patria **súkromné spoločnosti** ako napr. GOPAS, ELCT, IT LEARNING SLOVAKIA, IT Academy, SOVA DIGITAL³², **občianske združenia** ako napr. Aj ty v IT, AMAVET a iné.

Poskytovatelia odborných poradenských služieb

V priebehu roka 2020 vyhlásilo **Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR v spolupráci s Ministerstvom hospodárstva SR** národnú súťaž s cieľom vybudovania európskych centier digitálnych inovácií. Ide o samostatné organizácie alebo riadené skupiny organizácií zamerané na podporu najmä MSP a verejného sektora v oblasti digitálnej transformácie. Predstavujú jednotné kontaktné miesta, prostredníctvom ktorých sa môžu spoločnosti stať konkurencieschopnejšími v súvislosti s obchodnými, výrobnými procesmi, produktami alebo službami využívajúcimi digitálne technológie.

Slovenská asociácia pre elektronický obchod (SAEC)³³ vznikla v roku 2006 ako pracovná skupina (Komisia internetového obchodu), ktorej cieľom je zastupovať záujmy podnikateľov v oblasti elektronického obchodovania vo vzťahov s tretími subjektmi (prevažne štátnou správou). Vytvára a presadzuje profesijný etický kódex poskytovania služieb elektronického obchodu. Okrem toho poskytuje prevádzkovateľom internetového obchodu odborné poradenské služby. Podporuje rast a konkurencieschopnosť internetových obchodníkov na Slovensku. Organizuje marketingové a štatistické prieskumy týkajúce sa internetového obchodu na Slovensku. Certifikuje internetových obchodníkov na základe všeobecných právnych noriem, štandardov a etického kódexu. Spolupracuje s podobnými profesijnými zoskupeniami na Slovensku a v zahraničí.

³⁰ Dostupné online: <https://digitalnauniverzita.sk/o-nas/>

³¹ Digital Marketing Club vznikol v roku 2011 na Fakulte managementu Univerzity Komenského v Bratislave so zámerom vzdelávať študentov a pripravovať ich na prax v oblasti online marketingu a podnikania.

³² Dostupné online: https://www.researchgate.net/profile/Mobashar-Mubarik/publication/359747372_Podnikanie_na_Slovensku_v_dobe_digitalizacie_optikou_generacii/links/624cc74e4f88c3119ce2a95f/Podnikanie-na-Slovensku-v-dobe-digitalizacie-optikou-generacii.pdf?origin=publication_detail

³³ Dostupné online: <https://www.saec.sk/>



Poskytovatelia financovania

Digitálna transformácia predstavuje jednu z posilnených priorít v budúcom viacročnom finančnom rámci EÚ na roky 2021 – 2027. Okrem **dotácií a grantov** v rámci **štrukturálnych fondov EÚ** bude digitálna transformácia krajín EÚ podporovaná prostredníctvom grantových výziev **v rámci Národných plánov obnovy a odolnosti** a tiež prostredníctvom **Programu Digitálna Európa**, ktorý spolu s ďalšími programami, ako napr. **Horizont Európa, Program InvestEÚ, Nástroj na prepájanie Európy** tvoria skupinu investičných programov zameraných okrem iného na digitálnu transformáciu európskych krajín. Súčasťou poskytovateľov financovania digitálnej transformácie sú aj komerčné banky.

Opatrenia (grantové výzvy) Národného plánu obnovy a odolnosti Slovenska v podobe inovačných, digitálnych a patentových voucherov vo výške do 200 tis. EUR sú okrem iného zamerané na e-commerce riešenia a kybernetickú bezpečnosť. Ďalším z opatrení zameraných na digitálnu transformáciu MSP je poskytovanie digitálnych pôžičiek do výšky 200 tis. EUR. Poskytnuté finančné prostriedky sú účelovo viazané na podporu a modernizáciu digitálnych procesov samotných MSP, pričom splatnosť pôžičiek je 12 až 18 mesiacov. Vykonaťelom komponentu s názvom Efektívnejšie riadenie a posilnenie financovania výskumu, vývoja a inovácií, v rámci ktorého sú uvedené opatrenia zahrnuté je Úrad Vlády SR.

Jedným z priamo riadených programov MIRRI SR je Program Digitálna Európa³⁴. Predstavuje prvý nástroj EÚ zameraný, okrem iného, na grantovú podporu podnikov, aby v čo najväčšej miere zavádzali a využívali digitálne riešenia. Súčasťou je grantová podpora inštitúcií s cieľom poskytovania pomoci podnikom (najmä MSP) pri zavádzaní digitálnych riešení.

Hybridní poskytovatelia podpory

Osobitnou kategóriou v rámci digitálnej transformácie podnikov sú tzv. hybridní poskytovatelia podpory v rôznych oblastiach digitálnej transformácie podnikov (napr. odborné vzdelávanie a odborná príprava, odborné poradenské služby, financovanie atď.). Najčastejším príkladom sú organizácie v pôsobnosti vládnych rezortov (najmä rozpočtové, alebo príspevkové organizácie). Špecifickým príkladom je Slovak Business Agency (záujmové združenie právnických osôb), ktorá predstavuje na Slovensku kľúčovú a najstaršiu špecializovanú inštitúciu v oblasti podpory malého a stredného podnikania.

Slovak Business Agency (SBA), organizácia v pôsobnosti MH SR poskytuje v rámci „Národného projektu NPC II – BA kraj“ a „Národného projektu NPC v regiónoch“ množstvo zaujímavých služieb zameraných na začatie alebo rozvoj podnikania (vrátane elektronického obchodovania). V rámci spomínaných národných projektov sú poskytované konzultácie určené pre MSP do 3 rokov, nad 3 roky, ako aj pre nepodnikateľov. Záujemcovia majú možnosť získať v priebehu roka až 10 hodín konzultácií s odborným garantom, ktorý môže pomôcť riešiť akýkoľvek čiastkový problém v podnikaní (vrátane digitálnej transformácie podniku).

Cielená podpora elektronického obchodovania je realizovaná zo strany Slovak Business Agency (SBA)³⁵ prostredníctvom poskytnutej dotácie z Ministerstva hospodárstva SR

³⁴ Dostupné online: <https://eraportal.sk/aktuality/publikovane-vyzvy-v-ramci-programu-digitalna-europa/?era=1> a <http://www.sbagency.sk/statne-programy>

³⁵ Zakladajúci členovia: MH SR, Združenie podnikateľov Slovenska, Slovenský živnostenský zväz



na úhradu oprávnených nákladov na aktivity zamerané na zlepšovanie podnikateľského prostredia. Jednou z nich je podpora internetovej ekonomiky s cieľom zvýšiť počet záujemcov o podnikanie na webe, vyškolit' budúcich podnikateľov v používaní internetových nástrojov a podporiť potenciálnych podnikateľov používajúcich internetové nástroje pri podnikaní a jeho rozvoji. V rámci aktivít na podporu internetovej ekonomiky vytvorila SBA v predchádzajúcich rokoch webovú stránku www.podnikaj.online, prostredníctvom ktorej má široká verejnosť (vrátane podnikateľov) prístup ku štyrom e-bookom súvisiacich s online podnikaním.

Slovenská inovačná a energetická agentúra (SIEA)³⁶, ako príspevková organizácia MH SR poskytuje bezplatné poradenstvo v oblasti energetiky pre domácnosti, podnikateľský a verejný sektor, zastáva pozíciu sprostredkovateľského orgánu a implementačnej agentúry, zastupuje Slovensko v medzinárodných projektoch zameraných na oblasť energetiky atď. S cieľom podpory projektov zameraných na inovatívne riešenia poskytuje grantovú pomoc v podobe inovačných poukážok³⁷ pre podniky do výšky maximálne 10 tis. EUR. Pomoc je zameraná na podporu prístupu k profesionálnym zručnostiam, službám alebo znalostiam. Inovačné poukážky umožňujú podnikom presadiť nápad alebo produkt na domácom, alebo medzinárodnom trhu. Napomáhajú pri vývoji nových alebo vylepšených existujúcich produktov alebo pri aplikácii znalostí či technológií do podnikateľskej praxe.

Slovenská inovačná a energetická agentúra (SIEA)³⁸ poskytuje v rámci národného projektu „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ grantovú podporu³⁹ podnikateľom prostredníctvom kreatívnych voucherov na pokrytie časti nákladov na nový dizajn, webovú stránku, e-shop či marketingovú stratégiu. Maximálna výška pre rok 2022 je na úrovni 4 650 EUR na jeden voucher.

Jedným zo strategických cieľov **Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO)**⁴⁰, ktorá je zároveň príspevkovou organizáciou MH SR je internacionalizácia MSP v zahraničí a podpora teritoriálneho rastu MSP. Okrem služieb zameraných na podporu prílevu investícií a rozvoja zahraničného obchodu ponúka SARIO poradenské služby nielen pre komerčné subjekty, ale aj zástupcov verejnej správy, samosprávy, globálnych spoločností či akademickej obce.

Na podporu elektronického obchodovania slovenských podnikov zrealizovalo SARIO v júni 2022 webinár s názvom E-commerce, ako exportovať prostredníctvom e-shopu s cieľom priblížiť účastníkom praktické skúsenosti odborníka týkajúce sa dôvodov exportovať s e-shopom, spôsobu prehľadu trhov, prípravy e-shopu na expanziu, ako aj spôsobu získania zákazníkov v zahraničí.

Štátny inštitút odborného vzdelávania (ŠIOV)⁴¹ prostredníctvom svojich aktivít a činností reaguje na problematiku odborného vzdelávania (aj v oblasti digitálnej

³⁶ Dostupné online: <https://www.siea.sk/o-siea/>

³⁷ Dostupné online: <https://www.inovujme.sk/sk/podniky>

³⁸ <https://www.siea.sk/inovacie/podpora-kreativneho-priemyslu/>

³⁹ Schéma na podporu rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku v znení neskorších dodatkov (Schéma DM – 1/2018

⁴⁰ Dostupné online: <https://sario.sk/sk/projekty-podujatia/e-commerce-ako-exportovat-prostrednictvom-e-shopu-webinarErn>

⁴¹ Dostupné online: <https://siov.sk/o-nas/o-siov-e/>



transformácie) na stredných školách. Cieľovou skupinou podporných aktivít sú žiaci, pedagogickí aj odborní zamestnanci a potreby zamestnávateľov.

Slovenské centrum cvičných firiem (SCCF)⁴² zriadené prostredníctvom ŠIOV realizovalo aj v roku 2021 podujatie (online) s názvom Medzinárodný veľtrh cvičných firiem. Žiaci stredných škôl mali možnosť v rámci súťaže preveriť svoje poznatky v rámci podnikateľského vzdelávania. V rámci súťaže boli prezentované kľúčové kompetencie medzi ktoré patrí schopnosť pracovať v tíme, prezentačné či komunikačné zručnosti, rozhodovať, samostatne a kriticky myslieť, a vytvárať vhodné marketingové nástroje. Jedným z hodnotených kritérií bola tvorba e-shopu z hľadiska informácií o produkte, prehľadnosti, funkčnosti, grafickej a estetickej stránky. Súčasťou podujatia bola prezentácia mladých úspešných podnikateľov ako inšpirácia podnikateľskej činnosti v reálnej praxi.

Ostatní poskytovatelia podpory

Medzi ostatných stakeholderov prispievajúcich k digitálnej transformácii na Slovensku patria **zväzy a združenia zastupujúce podnikateľov a podnikateľský sektor**. Medzi najvýznamnejšie podnikateľské združenia patria: Združenie podnikateľov Slovenska, Slovenský živnostenský zväz, Republiková únia zamestnávateľov, Asociácia priemyselných zväzov a dopravy, Klub 500, Podnikateľská aliancia Slovenska.

Združenie mladých podnikateľov Slovenska (ZMPS)⁴³ je organizácia združujúca slovenských podnikateľov vo veku do 40 rokov. Medzi hlavné aktivity združenia patrí výmena skúseností a mentoring, networking mladých podnikateľov, poskytovanie pomoci s financovaním v počiatočnom štádiu podnikania, prezentácia úspešných podnikateľov a príkladov podnikateľskej praxe a tiež identifikácia a odstraňovanie bariér v podnikaní mladých. Jednou z aktivít ZMPS bolo online podujatie na tému Zmeny v e-commerce od 1.7.2021, v rámci ktorého boli predmetom diskusie povinnosti a príležitosti vyplývajúce zo zmien pre slovenské e-shopy.

Súčasťou uvedenej skupiny stakeholderov sú aj **neziskové organizácie**. Príkladom je Slovenská aliancia pre inovatívnu ekonomiku (SAPIE)⁴⁴ ako najväčšia aliancia pre inovácie na Slovensku, ktorá je zároveň neziskovou platformou združujúcou viac ako 145 inovatívnych spoločností s cieľom budovania siete spolupráce súkromných a verejných aktérov. Je založená na troch základných pilieroch. Presadzovanie otvorenej politiky so zameraním na inovácie na Slovensku a v EÚ. Ďalším z pilierov je vzdelávanie, prostredníctvom ktorého podporuje SAPIE iniciatívy s cieľom zvyšovania dosahu digitálneho vzdelávania, podnikania a kreatívnych zručností. Ekosystém, ktorý združuje startupy, scaleupy, investorov, korporácie a mimovládne organizácie cieľom podpory rastu ekosystému prostredníctvom budovania sietí a regionálnej spolupráce. Jednou z aktivít SAPIE je vytvorenie komplexnej mapy slovenského inovatívneho ekosystému, ktorá na jednom mieste združuje kľúčových hráčov vytvárajúcich priaznivé prostredie pre inovácie na Slovensku.

⁴² Dostupné online: <http://www.sccf.sk/o-nas-4.html>

⁴³ Dostupné online: <https://zmps.sk/o-zdruzeni>

⁴⁴ Dostupné online: <https://sapie.sk/about>



2 Regulačné aspekty elektronického obchodovania v podmienkach SR

Elektronické obchodovanie v podmienkach Slovenskej republiky má určité špecifiká, najmä v súvislosti s regulačným rámcom.

2.1 Legislatívne vymedzenie a regulácia elektronického obchodu

Legislatívne prostredie je založené najmä na vymedzení služieb informačnej spoločnosti a zahŕňa komunikáciu na diaľku, medzi poskytovateľom služieb a príjemcom, prostredníctvom elektronických zariadení (napríklad mobil, počítač) elektronickou komunikačnou sieťou (napríklad internet), pričom dochádza k prenosu, spracovaniu, uchovávaniu, vyhľadávaniu alebo zhromažďovaniu dát, vrátane textu, zvuku, či obrazu. Regulačné prostredie je pre každý e-shop veľmi dôležité. Zložité legislatívne povinnosti môžu veľkú časť podnikateľov demotivovať k predaju prostredníctvom e-shopu. Práve predaj online formou má určité špecifiká a regulačné bariéry, ktoré ovplyvňujú každého predajcu, ktorý sa rozhodne predávať online. Tieto legislatívne povinnosti sa dotýkajú najmä:

- Informovanosť spotrebiteľa
- Predaj, výmena a vrátenie tovaru
- Platba za tovar a doručenie tovaru
- Daňovo odvodové povinnosti
- Ochrana osobných údajov a prístup k informáciám uloženým v koncom zariadení užívateľa

V tejto časti analýzy sa preto venujeme jednotlivým regulačným povinnostiam, ako i bariéram rozvoja elektronického obchodu na Slovensku.

2.1.1 Ochrana a informovanie spotrebiteľa

Z pohľadu informovania spotrebiteľa je dôležitým najmä **Zákon č. 22/2004 Z. z. o elektronickom obchode**. Ten upravuje napríklad vzťahy medzi poskytovateľom služieb informačnej spoločnosti a ich príjemcom, ktoré vznikajú pri ich komunikácii na diaľku, počas elektronickej komunikácie a pod. Zjednodušene by sa dalo povedať, že tento zákon upravuje najmä poskytovanie informácií obchodníka spotrebiteľovi (ďalej tiež medzinárodnú spoluprácu, či dohľad nad jeho dodržiavaním).

Poskytovateľ služieb informačnej spoločnosti (napríklad aj e-shop, ďalej uvádzame len ako poskytovateľ služieb) je tak podľa tohto zákona povinný poskytnúť informácie o svojom názve, obchodnom mene, sídle, daňovom identifikačnom čísle (ak je platiteľom DPH), adresu elektronickej pošty, telefónne číslo, označenie registra, ktorý ho zapísal a číslo zápisu, či názov a adresu orgánu dozoru alebo dohľadu, ktorému činnosť poskytovateľa služieb podlieha.

Zákon taktiež upravuje uzatváranie zmlúv prostredníctvom elektronických zariadení, pričom ho čiastočne vymedzuje a pri konkrétnostiach sa odvoláva na iné právne predpisy (niektoré z nich spomíname nižšie). Zároveň však ukladá poskytovateľovi služieb vytvoriť príjemcovi také podmienky, ktoré umožnia zistiť a opraviť chyby jeho úkonov na elektronickom zariadení pred odoslaním objednávky, či vymedzuje tiež informačné povinnosti, ako napríklad úkony potrebné na uzatvorenie zmluvy, technické prostriedky



na zistenie a opravu chýb, o tom, či je zmluva uložená u poskytovateľa služieb a či je príjemcovi služieb dostupná, ako i o jazyku ponúkanom na uzatvorenie zmluvy. Dohľad nad dodržiavaním tohto zákona vykonáva SOI.

Dôležitým z pohľadu poskytovateľa služieb e-shopu 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**. Tento zákon stanovuje niektoré dôležité požiadavky pre prevádzkovateľa e-shopu, najmä pri predaji výrobkov alebo služieb, pričom tie sú nad rámec toho, čo musí splňať predávajúci v prevádzkových priestoroch.

Na úvod je dôležité povedať, že zákon sa nevzťahuje na zmluvy, ktoré sa dotýkajú napríklad sociálnych služieb, poskytovanie zdravotnej starostlivosti, finančných služieb, prevod vlastníckeho práva k nehnuteľnostiam, nájom nehnuteľnosti na účely bývania, stavebných prác, ubytovacích služieb alebo dlhodobých rekreačných služieb, ambulatného predaja potravín a nápojov alebo tovaru, ktorý je určený na bežnú spotrebu v domácnosti, ak ich predávajúci dodáva spotrebiteľovi pravidelne domov alebo na pracovisko.

Požiadavky vyplývajúce z predmetného zákona sa netýkajú podnikania, ktoré je založené na predaji prostredníctvom predajných automatov alebo prevádzkových priestorov s automatizovaným systémom predaja. Čiastočne obmedzené z pôsobnosti zákona sú tiež napríklad zmluvy uzatvorené prostredníctvom jednorazového volania, jednorazového pripojenia na internet, či odoslanie jednej faxovej správy. Tiež sa nevzťahuje na zmluvy o dodávke vody, elektriny, zmluvu o pripojení do distribučnej siete alebo sústavy. Vylúčená je tiež zájazdová a osobná preprava a pod. Z uvedených ustanovení zákona preto vyplýva, že pôsobnosť spomínaného zákona je obmedzená najmä na tradičnú formu predaja tovarov v prevádzkových priestoroch, či niektorých služieb prostredníctvom e-shopov.

V zmysle znenia zákona **zmluvou uzavretou na diaľku** sa rozumie zmluva medzi predávajúcim a spotrebiteľom dohodnutá a uzavretá 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.

Podľa tohto zákona predávajúcemu cez internet vyplývajú ešte pred uzatvorením zmluvy určité povinnosti, ktoré sa dotýkajú najmä správneho informovania spotrebiteľa. Predávajúci preto podľa tohto zákona pri predaji cez internet ešte pred uzavretím zmluvy musí kupujúcemu:

- Sprístupniť hlavné vlastnosti tovaru alebo charakter služieb;
- Oboznámiť ho s obchodným menom a sídlom alebo miestom podnikania predávajúceho alebo osoby, v mene ktorej predávajúci koná;
- Uviesť telefónne číslo a ďalšie údaje, ktoré sú dôležité pre kontakt spotrebiteľa s predávajúcim, ako je najmä e-mailová adresa, alebo napríklad fax, ak ním disponuje;
- Označiť adresu predávajúceho alebo osoby v mene ktorej predávajúci koná, na ktorej môže spotrebiteľ uplatniť reklamáciu tovaru alebo služby, kde môže podať sťažnosť alebo iný podnet, ak sa táto adresa líši od tej, ktorú uvádza pri kontaktných údajoch;
- Uviesť cenu tovaru alebo služby a to vrátane DPH a všetkých ostatných daní (napríklad pri alkohole môže ísť o spotrebnú daň);



- Ak vzhľadom na povahu tovaru nemožno cenu určiť vopred, je predávajúci povinný určiť vopred spôsob, akým sa cena vypočíta (môže ísť napríklad o rôzne komodity, ktorých cena závisí na množstve a pod.);
- Predávajúci je tiež povinný určiť náklady na dopravu, dodanie, poštovné a iné náklady a poplatky, a ak ich nemožno určiť vopred, je povinný oznámiť, že do celkovej ceny môžu byť zarátané takéto náklady alebo poplatky;
- Častý je tiež nákup prostredníctvom predplatného, či pri službách o uzatváranie zmluvy na dobu neurčitú, či dohodu o predplatnom. V takomto prípade predávajúci informuje spotrebiteľa o celkovej cene za zúčtovacie obdobie a o cene za jeden mesiac, ak je dĺžka zúčtovacieho obdobia odlišná, a ak túto cenu nie je možné určiť vopred aj o spôsobe, akým sa vypočíta;
- Predávajúci je tiež povinný určiť cenu za použitie prostriedkov diaľkovej komunikácie, ktoré je možné využiť na účely uzavretia zmluvy, ak ide o číslo služby so zvýšenou tarifou;
- Predávajúci tiež oznamuje platobné podmienky, dodacie podmienky, či lehotu, do ktorej sa zaväzuje dodať tovar alebo poskytnúť službu, informáciu o postupe vybavovania a uplatňovania reklamácií, sťažností, či podnetov;
- Predávajúci tiež musí spotrebiteľa informovať o práve odstúpiť od zmluvy, podmienkach, lehote a postupe pri uplatnení práva na odstúpenie od zmluvy;
- Predávajúci by taktiež mal poskytnúť spotrebiteľovi formulár na odstúpenie od zmluvy;
- Tiež je predávajúci povinný zverejniť informáciu o tom, že ak spotrebiteľ odstúpi od zmluvy, bude znášať náklady na vrátenie tovaru, aj náklady na vrátenie tovaru, ktorý vzhľadom na jeho povahu nie je možné vrátiť prostredníctvom pošty;
- Informáciu o prípadnej povinnosti spotrebiteľa uhradiť cenu za skutočne poskytnuté plnenie, tiež informáciu o tom, za akých povinností spotrebiteľ nemôže odstúpiť od zmluvy;
- Zverejniť musí tiež informácie o záruke, poučenie o zodpovednosti predávajúceho za vady tovaru alebo služby podľa všeobecného predpisu;
- Ďalšie zverejnenia informácií sa dotýkajú existencie príslušných kódexov správania, ktoré sa predávajúci zaviazal dodržiavať, a tiež spôsobe, akým sa môže s nimi spotrebiteľ zoznámiť;
- Zverejniť musí informáciu o dĺžke trvania zmluvy, ak ide o zmluvu uzatvorenú na dobu určitú, pri zmluve na dobu neurčitú, či s automatickým predĺžovaním treba uviesť informácie o podmienkach vypovedania takýchto zmlúv (vo všeobecnosti sa neurčité alebo určité zmluvy vyžadujú najmä pri službách, ako sú napríklad predplatné a pod.);
- Zverejniť musí tiež informácie o minimálnej dĺžke trvania záväzkov spotrebiteľa vyplývajúcich zo zmluvy, ak takýto záväzok vyplýva zo zmluvy (napríklad minimálna doba predplatného a pod.);
- Ďalšie zverejnenia podľa zákona sa dotýkajú napríklad povinností preddavkov, kompatibilitate elektronického obsahu s hardvérom a softvérom, o ktorých predávajúci vie (napríklad nákup nejakého textu, napr. e-knihy a určenie toho, na akom softvéri je ho používateľ schopný otvoriť), či informáciu o možnostiach a podmienkach riešenia sporu prostredníctvom systému alternatívneho riešenia sporov, v takom prípade musí uviesť aj odkaz na platformu alternatívneho riešenia sporov.

Tieto povinnosti sú pomerne rozsiahle. Okrem nich spočíva dôkazné bremeno v oblasti informačných povinností v prípade sporu na predávajúcom. Ak predávajúci neposkytne tieto informácie (presnejšie, informácie vymedzené v §3 vyššie spomenutého zákona č. 102/2014 Z.z.), lehota na odstúpenie od zmluvy uplynie po 12 mesiacoch a 14 dňoch. Ak tieto informácie



poskytne dodatočne, najneskôr však do 12 mesiacov, tak lehota na odstúpenie od zmluvy uplynie po 14 dňoch odo dňa, keď dodatočne predávajúci splnil informačnú povinnosť. Aj keď sa rozsah povinností zdá byť obrovský, pravdou je, že väčšina predávajúcich nemá problém tieto podmienky splňať. Vo všeobecnosti ide najmä o poskytnutie úplných informácií kupujúcemu.

Podmienky uzatvárania zmlúv na diaľku a zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho špecifikujú niektoré ďalšie požiadavky na predajcov. Musia zabezpečiť, aby spotrebiteľ výslovne potvrdil, že bol oboznámený s tým, že súčasťou objednávky je povinnosť zaplatiť. Napríklad je v zákone tiež špecifikované, že označenie tlačidla musí byť slovným spojením „objednávka s povinnosťou platby“ (prípadne inou jednoznačnou formuláciou o tom, že ide o povinnosť zaplatiť cenu). Na webovej stránke predávajúceho je tiež nutné najneskôr v okamihu vytvárania objednávky zo strany kupujúceho uviesť jasné a čitateľné informácie o prípadných obmedzeniach dodávky tovaru (napríklad „tovar nie je na sklade“), o spôsoboch platby („dobierka, bankový prevod, kreditnou/debetnou kartou“), ktoré je možné použiť na úhradu za tovar alebo službu.

Osobitnú a diskutovanú problematiku predstavuje lehota na vrátenie tovaru. Táto lehota výrazne ochraňuje spotrebiteľa. Ak predávajúci včas a riadne poskytol informácie o práve odstúpiť od zmluvy, spotrebiteľ môže odstúpiť od zmluvy uzavretej na diaľku alebo uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho (typicky práve nákup prostredníctvom e-shopu) odstúpiť od takejto zmluvy **aj bez udania dôvodu** do 14 dní od prevzatia tovaru, ak je predmetom predaja tovar, prípadne do 14 dní. Táto lehota sa odvíja od nasledovných podmienok, a to odo dňa:

- **Prevzatie tovaru v prípade zmlúv, ktorých predmetom je predaj tovaru**

Príklad: Spotrebiteľ si zakúpi tovar 1.3., ktorý mu je doručený, vzhľadom k problému s dopravou až 14.3. Lehota na vrátenie tovaru plynie však až odo dňa doručenia a prebratia tovaru a preto nie je o túto lehotu ukrátený.

Zároveň platí, že tovar sa považuje za prevzatý spotrebiteľom vtedy, ak spotrebiteľ alebo ním určená tretia osoba (teda tovar prevezme rodinný príslušník, sused, kamarát a pod.) s výnimkou dopravcu prevezme všetky časti objednaného tovaru. Ak sa napríklad tovary objednané spotrebiteľom v jednej objednávke dodávajú oddelene (napríklad súčasti nejakého nábytku, stavebný materiál a pod.), okamihom prevzatia je až moment, kedy dôjde k prevzatiu tovaru, ktorý bol dodaný ako posledný. To isté platí pri viacerých kusoch alebo dieloch jedného tovaru (napríklad spomínaný nábytok). Ak sa tovar dodáva opakovane počas nejakého vymedzeného obdobia, tovar je prevzatý okamihom prevzatia prvého dodaného tovaru.

- **Uzatvorenie zmluvy o poskytnutí služby**

Príklad: Objednávanie sa prostredníctvom webovej stránky napríklad do autoservisu, ku kaderníkovi a pod. Avšak spotrebiteľ môže odstúpiť len za podmienky, že služba mu nebola poskytnutá len vtedy, ak ešte nebola služba poskytnutá. Spotrebiteľ pri službách nemôže odstúpiť od zmluvy ak sa jej poskytovanie začalo s výslovným súhlasom spotrebiteľa a spotrebiteľ vyhlásil, že bol riadne poučený o tom, že vyjadrením tohto súhlasu stráca právo na odstúpenie od zmluvy po úplnom poskytnutí služby, ak došlo k poskytnutiu služby. Vylúčené z vrátenia je tiež vykonanie naliehavých opráv alebo údržby, o ktoré spotrebiteľ výslovne požiadal predávajúceho; to neplatí pre zmluvy o službách a zmluvy, ktorých predmetom je predaj iného tovaru ako náhradných dielov potrebných na vykonanie opravy



alebo údržby, ak boli uzavreté počas návštevy predávajúceho u spotrebiteľa a spotrebiteľ si tieto služby alebo tovary vopred neobjednal.

- **Uzatvorenie zmluvy o poskytovaní elektronického obsahu nedodávaného na hmotnom nosiči**

Okrem vyššie spomenutých podmienok spotrebiteľ nemôže odstúpiť od zmluvy ani v prípade, ak ide o predaj tovaru alebo poskytnutie služieb, ktorých cena závisí od pohybu cien na finančnom trhu, ktorý predávajúci nemôže ovplyvniť a ku ktorému môže dôjsť počas plynutia lehoty na odstúpenie od zmluvy (napríklad nákup investičného zlata, ak by došlo k výraznému prepadu ceny počas plynutia lehoty), predaju tovaru zhotoveného podľa osobitných požiadaviek spotrebiteľa (napríklad výroba šperkov na mieru), tovaru vyrobeného na mieru alebo tovaru určeného osobitne pre jedného spotrebiteľa. Tiež nie je možné, z logických dôvodov, odstúpiť od kúpy tovaru, ktorý podlieha skaze alebo zníženiu akosti (napríklad internetový nákup potravín, ktorý sa rozmohol najmä v posledných rokoch). Tiež je z vrátenia vylúčený tovar, ktorý je uzavretý v ochrannom obale, ktorý nie je vhodné vrátiť z dôvodu ochrany zdravia alebo z hygienických dôvodov a ktorého ochranný obal bol po dodaní porušený. Ďalej je to napríklad tovar, ktorý môže byť vzhľadom na svoju povahu po dodaní neoddeliteľne zmiešaný s iným tovarom, či napríklad alkoholické nápoje, ktorých cena bola dohodnutá v čase uzavretia zmluvy, pričom dodanie je možné uskutočniť najskôr po 30 dňoch a ich cena závisí od pohybu cien na trhu, ktoré predávajúci nemôže ovplyvniť (tu ide najmä napríklad o tzv. investičný alkohol).

Spotrebiteľ tiež nemôže vrátiť zvukové a obrazové záznamy, či zvukovoobrazové záznamy alebo počítačový softvér, ktorý je predaný v ochrannom obale, ak spotrebiteľ tento tovar rozbalil (ide najmä o predĺženie tomu, aby si spotrebiteľ objednal tovar, vytvoril nelegálnu kópiu a následne tovar, napríklad softvér vrátil predajcovi). Tiež je zamedzené vrátenie tovaru, ktorého predmetom je predaj periodickej tlače, okrem predaja na základe dohody o predplatnom (tú môže zrušiť) a predaj kníh nedodávaných v ochrannom obale (teda aby nedošlo k tomu, že spotrebiteľ si objedná knihu, prečíta a vráti e-shopu). Tiež je vylúčené vrátenie do 14 dní, ak ide o poskytnutie ubytovacích služieb na iný účel ako na účel bývania, preprava tovaru, nájom automobilov, poskytnutie stravovacích služieb alebo poskytnutie služieb súvisiacich s činnosťami v rámci voľného času a podľa ktorej sa predávajúci zaväzuje poskytnúť tieto služby v dohodnutom čase alebo v dohodnutej lehote, či poskytovanie elektronického obsahu inak ako na hmotnom nosiči, ak sa jeho poskytovanie začalo s výslovným súhlasom spotrebiteľa a spotrebiteľ vyhlásil, že bol riadne poučený o tom, že vyjadrením tohto súhlasu stráca právo na odstúpenie od zmluvy.

Pred 13.6.2014 platila lehota na vrátenie tovaru 7 dní, avšak novelizáciou zákona o elektronických komunikáciách bola predĺžená. Stalo sa tak aj z dôvodu potreby súladu zákona so Smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011. Preto lehota na vrátenie v trvaní 14 dní aj bez udania dôvodu predstavuje európsky štandard, používaný vo všetkých krajinách EÚ.⁴⁵

Zákon, ako i predmetná európska smernica taktiež ustanovovali povinnosť predávajúceho vrátiť tovar spolu s nákladmi, ktoré pokrývajú doručenie tovaru spotrebiteľovi. Jediné zjednodušenie predstavuje pre predajcu to, že dodanie nemusí uhradiť spotrebiteľovi, ak si

⁴⁵ Predmetná európska smernica bola v roku 2019 rozsiahlo zmenená, avšak k úprave tohto ustanovenia nedošlo.



zvolil iný spôsob doručenia tovaru, ako je najlacnejší bežný spôsob doručenia ponúkaný predávajúcim.

Príklad: Spotrebiteľ si zakúpi tovar v hodnote 20 EUR a doručenie formou kuriéra za cenu 6 EUR. Následne tovar vráti, pričom žiadať bude späť 26 EUR. Predávajúci má však medzi možnosťami doručenia tiež poštovné formou využitia služieb pošty, ktoré stojí 3 EUR. E-shop je preto povinný vrátiť náklady na dopravu, ale iba vo výške najlacnejšieho ponúkaného spôsobu doručenia. Teda, predávajúci môže vrátiť len sumu 23 EUR. Spotrebiteľ zároveň nemá nárok na náhradu nákladov na vrátenie tovaru (napríklad v prípade, že spätné poštovné spotrebiteľa stojí 3 EUR, tieto náklady mu nie je predávajúci povinný kompenzovať).⁴⁶

V prípade vrátenia peňažných prostriedkov spotrebiteľovi by mal predajca uplatniť rovnaký spôsob, akým bol tovar zakúpený. Avšak obaja sa môžu pri vrátení tovaru dohodnúť aj na inom spôsobe vrátenia peňazí. Spotrebiteľ má na druhej strane povinnosť vrátiť tovar do 14 dní od odstúpenia od zmluvy. Táto lehota sa považuje za zachovanú aj v prípade, ak bude tovar odovzdaný na prepravu najneskôr v posledný deň lehoty. Zároveň platí, že predávajúci je povinný vrátiť platbu bez zbytočného odkladu, najneskôr do 14 dní odo dňa doručenia oznámenia o odstúpení od zmluvy vrátiť všetky platby, ktoré od neho prijal na základe zmluvy alebo v súvislosti s ňou. Lehota však môže vyvolávať praktické problémy na strane e-shopu, najmä vtedy, ak sa do daného e-shopu vráti poškodený tovar. V snahe dodržať povinnosti vyplývajúce zo zákona, ako i zákaznícky servis, zasielajú prevádzkovatelia e-shopu prostriedky čo najskôr, v čase, kedy tovar fyzicky ešte neprebrali späť a v lehote na vrátenie prostriedkov. V prípade zistenia, že tovar sa vrátil poškodený, sú v nevýhode a musia tieto situácie riešiť späť, čo môže byť pre mnohé zložité a to aj z kapacitných dôvodov. Zákon tiež neupravuje manipuláciu s vráteným tovarom, pričom zvýšené náklady pre e-shopy vyvoláva napríklad prevzatie tovaru na pošte, vyčlenenie skladových priestorov (najmä pri objemnejších zákazkách), spätné zabalenie tovaru, nalepenie nových etikiet, v prípade, ak tieto spotrebiteľ odstráni a pod.

Spotrebiteľ zodpovedá len za zníženie hodnoty tovaru, ktoré vzniklo v dôsledku takého zaobchádzania s tovarom, ktoré je nad rámec zaobchádzania potrebného na zistenie vlastností a funkčnosti tovaru.

Príklad: Z predmetného ustanovenia § 10, ods. 4 Zákona 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 vyplýva, že spotrebiteľ by si mal tovar vyskúšať. To znamená, ak si napríklad zakúpi lampu, nezodpovedá za zníženie kapacity batérie, či žiarovky, ktorá je potrebná na zistenie toho, či lampasvieti. Ak však bude danú lampu 10 dní používať, napríklad aj nepretržite a dôjde k podstatnému zníženiu kapacity batérie, pričom túto lampu na 11-ty deň vráti, za takéto konanie môže niesť zodpovednosť a zodpovedá za zníženie hodnoty tovaru.

Podnikatelia a predávajúci prostredníctvom e-commerce by mali byť obozretní aj v prípade neprijateľných podmienok v spotrebiteľských zmluvách v e-shope. Podmienky nesmú byť neprijateľného charakteru, teda najmä skryté dojednania, ktoré vylučujú zodpovednosť dodávateľa, umožnenie odstúpiť dodávateľovi bezdôvodne od zmluvy, požadovanie plnenia od spotrebiteľov za aplikovanie práv, ktoré im vyplývajú priamo zo zákona, dohoda o zrážkach

⁴⁶ Spracované podľa: <https://blog.shoptet.sk/vratenie-tovaru-do-14-dni-bez-udania-dovodu/>



zo mzdy zakotvená len ako súčasť obchodných podmienok a pod.. Neprijateľné podmienky sú aj také, ktoré si spotrebiteľ a podnikateľ dohodnú osobitne, na základe vzájomnej dohody, teda spotrebiteľ vysloví súhlas s podmienkou, tá je však v jeho neprospech. Samostatné dojednanie medzi predávajúcim a kupujúcim však v prípade e-shopu nie je bežné. E-shopy si musia dávať pozor najmä na to, aby informovali spotrebiteľa o všetkých poplatkoch.⁴⁷

Podobne ako iné typy maloobchodného predaja, aj pre predajcov v oblasti e-shopov platí zákaz predávať alkohol osobám mladším ako 18 rokov (**Zákon č. 219/1996 Z. z. o ochrane pred zneužívaním alkoholických nápojov a o zriadení a prevádzke protialkoholických záchytných izieb**), prípadne tabaku a tabakových výrobkov osobám mladším ako 18 rokov (**Zákon č. 377/2004 o ochrane nefajčiarov a o zmene a doplnení niektorých zákonov**): „Každý kto predáva tabakové výrobky a výrobky, ktoré sú určené na fajčenie a neobsahujú tabak, je povinný odoprieť ich predaj osobe, ktorá je mladšia ako 18 rokov“. Najmä tieto dva zákazy spôsobujú problémy moderným e-shopom, ktoré predávajú niektoré z týchto výrobkov. Predávajúci tak síce nemá povinnosť overiť si vek, avšak v prípade pochybností si môže vyžiadať doklad, napr. občiansky alebo vodičský preukaz a pod. (viď napr. rozhodnutie Najvyššieho súdu vo veci GEFIX vs. SOI). To znamená, že teoreticky by e-shop nemusel overovať vek spotrebiteľa, avšak pri predaji tabakových výrobkov alebo alkoholu osobe mladšej 18 rokov by sa dostal do vážnych problémov. Táto legislatívna norma preto môže špecifickejši časti e-shopov spôsobiť zvýšené náklady pri overovaní totožnosti. Riešenie, ktoré e-shopy v tejto forme preferujú, sú napríklad povinná registrácia s uvedením veku alebo ponuka takej kuriérskej služby, ktorá pri odovzdávaní tovaru overí vek preberajúceho. Zároveň však takáto služba môže byť drahšia a predražiť konečné doručenie tovaru.

Ďalším z radu dôležitých zákonov je 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. Ten definuje podmienky poplatkov za používanie platobných prostriedkov. Predávajúci nesmie spotrebiteľovi účtovať poplatky za použitie platobného prostriedku, či za využitie iného spôsobu platby ako je platobný prostriedok, vo výške prevyšujúcej skutočné náklady, ktoré vznikli predávajúcemu v súvislosti s používaním tohto spôsobu platby. V praxi sa preto stáva, že e-shop má síce s niektorými druhmi platby zvýšené náklady (typicky napríklad s platbou na dobierku), avšak spotrebiteľa nesmie za nákup cez dobierku „penalizovať“ tým, že ho spočítajú nad rámec toho, čo zaplatí pošte za poskytnutie tejto služby. Na klienta naopak môže preniesť náklady, resp. poplatok, ak ide o poplatok účtovaný poskytovateľom platobných služieb za poskytnutú platobnú službu.

Zákon tiež v roku 2014 zaviedol prísnejšiu ochranu spotrebiteľa v oblasti najmä doplnkového predaja. Predávajúci nesmie spotrebiteľovi v návrhu zmluvy alebo pri ktoromkoľvek úkone predchádzajúcom uzavretiu zmluvy ponúknuť predvolené možnosti, pri ktorých sa vyžaduje úkon spotrebiteľa, ktorý smeruje k odmietnutiu, s cieľom vyhnúť sa dodatočnej platbe. Od roku 2014 preto nemôže e-shop napríklad ponúknuť drobný príspevok na charitu, ktorý je predvolený. Obchodník naďalej môže ponúknuť doplnkovú službu, no úkon spotrebiteľa musí smerovať k prijatiu tejto služby, nie k odmietnutiu už predvolenej služby. Taktiež predávajúci nesmie zavádzať spotrebiteľa napríklad tým, že by uvádzal v podmienkach prepravy alebo dodania tovaru také údaje, vlastnosti alebo podmienky poštových, prepravných alebo zasielateľských služieb, ktoré sú v rozpore s informáciami uvedenými vo verejne

⁴⁷ <https://www.podnikajte.sk/zakonne-povinnosti-podnikatela/eshop-a-ochrana-spotrebiteľa>



prístupných poštových, obchodných alebo iných podmienkach poskytovania týchto služieb a ktoré zároveň nie sú výslovne uvedené v písomnej dohode medzi poskytovateľom týchto služieb a predávajúcim (napríklad môže mať predávajúci s prepravcom uzatvorenú osobitnú zmluvu dotýkajúcu sa prepravných podmienok a pod., ktorá ide nad rámec obchodných podmienok predajcu).

Aj v súvislosti so zákonom č. 250/2007 Z. z. sa uvažuje v roku 2022 jeho nahradením právnym prepisom o ochrane spotrebiteľa. Avšak tento zákon v týchto kontúrach zachováva práva spotrebiteľa a povinnosti predávajúceho v podobnom rozsahu ako predošlá právna úprava. Zároveň však platí, že konkrétna podoba tohto zákona vznikne po prerokovaní MPK a následného prerokovania v NR SR.

2.1.2 Doručenie tovaru a platba za tovar

Čiastočne legislatívny problém pre e-shopy predstavuje aj **Zákon 324/2011 o poštových službách**⁴⁸. Tie sa týkajú dobierok a doručovania tovaru na dobierku. Dobierka je spôsob doručenia, kedy klient platí za tovar až pri prevzatí tovaru a na Slovensku je v prípade zasielania tovaru z e-shopu u zákazníkov populárna. Zákon určuje, že „poštový podnik má zádržné právo na poštovú zásielku do zaplatenia dobierkovej sumy, doplatného, chýbajúceho výplatného, úložného a inej pohľadávky, ktorá je príslušenstvom poštovej zásielky podľa tarify“. Po uplynutí úložnej lehoty, prípadne počas nej, poštový podnik vydá uloženú poštovú zásielku adresátovi alebo odosielateľovi, ak pominul dôvod na jej uloženie. Problém však nastáva pri neprevzatí zásielky, ktorá bola doručená na dobierku. Najmä štátny operátor poštových služieb, ale tiež niektoré súkromné služby, ktoré majú v ponuke danú službu, následne podľa cenníkov účtujú odberateľovi poplatok za spätné doručenie.

Z právneho hľadiska majú e-shopy len obmedzenú možnosť brániť sa proti nepreberaniu zásielok na dobierku, ktoré viacerým môže spôsobiť vážne, aj finančné problémy. Podľa niektorých právnych predpisov si e-shop podľa **§420 Občianskeho zákonníka**, ktorý hovorí, že „Každý zodpovedá za škodu, ktorú spôsobil porušením právnej povinnosti“ môže vymáhať škodu, ktorá je spôsobená nepreberaním zásielky. Vymáhanie malých súm súdnou cestou sa však najmä malým e-shopom nevyplatí, a preto je tento problém pre viaceré e-shopy neriešiteľný. Takto riešiť problém by bolo možné hlavne pri úmyselnom jednaní, ktorého cieľom by bolo e-shop poškodiť. Jednou z možností by bolo znevýhodnenie dobierky. Avšak vyššie spomenutý Zákon 114/2014 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 určuje, že poplatok za dobierku si môže predávajúci pýtať iba do výšky poplatku u poštového doručovateľa, resp. kuriérskej spoločnosti. Nie je preto možné stanoviť poplatok za dobierku na sumu napríklad 5 EUR za výber dobierky. Preto je jedinou efektívnou cestou, ktorá je právne v poriadku, najmä motivácia zákazníkov k inému spôsobu platby, napríklad drobnými zľavami, či klubovými bodmi.⁴⁹

Ďalšou z dôležitých právnych noriem, ktorá má dopad na podnikanie e-shopov, je **Zákon č. 492/2009 Z. z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov**. V rámci

⁴⁸ <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2011/324/20191123>

⁴⁹ <https://blog.shoptet.sk/ako-si-poradit-so-zakaznikmi-ktori-si-nepreberu-dobierku/>



tohto zákona došlo v slovenskej legislatíve k zapracovaniu európskej smernice č. 2015/2366 o platobných službách na vnútornom trhu. Dôležitou z pohľadu e-shopu je najmä autentifikácia používateľa platobných služieb. Od roku 2021 sa zmenil spôsob platenia platobnými kartami na internete. Došlo k prechodu na silnú autentifikáciu používateľa platobných služieb. Silná autentifikácia podľa zmieneneho zákona znamená, že používateľ je identifikovaný na základe použitia dvoch, alebo viacerých prvkov, ktorými sú vedomosť, vlastníctvo a charakteristické znaky používateľa platobných služieb. Vedomosťou je to, čo vie len používateľ platobných služieb (napríklad teda pin, heslo, kontrolná otázka), vlastníctvom to, čo vlastní alebo drží používateľ platobných služieb (napríklad mobilný telefón, ktorý je schopný generovať špecializovanú identifikačnú aplikáciu – to sú známe napríklad push up notifikácie z banky, alebo SMS a pod.) a charakteristické znaky špecifikujú používateľa platobných služieb (napríklad identifikácia prostredníctvom otláčku prsta, tváre a pod.). Tieto prvky musia byť od seba nezávislé. Vytvorené by mali byť tak, že narušenie jedného prvku nenaruší spoľahlivosť ostatných prvkov ani dôvernitosť autentifikačných údajov. Na Slovensku došlo k tomu, že riešenie sa uplatňuje prostredníctvom aplikácie v smartfóne, či kombinácii ePIN a jednorazového kódu. Cieľom tejto legislatívnej zmeny bolo najmä znížiť objem podvodov pri platbe kartou, avšak každý prevádzkovateľ e-shopu musí s danou legislatívnou povinnosťou počítať.

Z hľadiska platby za tovar je dôležitou súčasťou aj evidencia platieb. Používanie eKasy je upravené v **Zákone č. 298/2008 Z. z. o používaní elektronickej registračnej pokladnice v znení neskorších predpisov**. Používať eKasu musia osoby, ktoré spĺňajú tri nasledujúce podmienky:

- fyzická alebo právnická osoba, ktorá má oprávnenie na podnikanie
- uskutočnil sa predaj tovaru, alebo bola poskytnutá služba podľa príslušnej legislatívy
- za predaný tovar alebo službu uvedenú v prílohe zákona bola prijatá platba v hotovosti alebo inými platobnými prostriedkami nahrádzajúcimi hotovosť na predajnom mieste.

Zákon umožňuje niektoré výnimky z povinnosti evidovať tržby v eKase. Z hľadiska e-shopov môže ísť napríklad o predaj cenín, lístkov MHD, dennej a periodickej tlače, mincí, pamätných bankoviek, pamätných mincí, poštových cenín, ale najmä napríklad pre tovar na dobierku.

Pre e-shopy nie sú v zákone explicitne vymedzené podmienky predaja. Preto sa pre evidovanie tržieb vzťahujú rovnaké podmienky ako pri predaji tovaru. Podnikateľ je preto povinný pri predaji tovaru prostredníctvom internetového obchodu evidovať platbu v eKase vtedy, ak od kupujúceho prevezme platbu na území SR v hotovosti alebo inými prostriedkami nahrádzajúcimi hotovosť (napríklad platba platobnou kartou na mieste obchodníka) a vtedy, ak sa na tovar alebo poskytnutie služby nevzťahuje výnimka uvedená výnimka (spomenuté vyššie).

Príklad: Evidenciu prostredníctvom eKasy musí využiť podnikateľ vtedy, ak si napríklad zákazník objedná prostredníctvom e-shopu tovar, ktorý prevezme osobne na predajnom mieste a zaplatí (či už hotovosťou, alebo napríklad aj platobnou kartou).

Na druhej strane, niektorých e-shopov sa evidencia prostredníctvom eKasy nedotýka. Pre e-shopy môže byť riešením platba prostredníctvom niektorej z možností ako bezhotovostná platba, či platba kartou cez internet banking.



Príklad: Evidenciu prostredníctvom eKasy nemusí podnikateľ použiť, ak zákazník vykonal platbu bezhotovostne, napr. bankovým prevodom, ale ani vtedy, ak hotovosť prevzala iná osoba (najčastejšie kuriér alebo poštový zamestnanec), prípadne ide o predaj na dobierku a tiež vtedy, ak je miesto dodania mimo územia SR (predaj tovaru do zahraničia).⁵⁰

2.1.3 Reklamácie tovaru v e-shope

Skupinu dôležitých pravidiel pre každý e-shop tvorí aj problematika reklamácií a reklamačného poriadku. Problematiku reklamácií upravuje Zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a dĺžku reklamačnej doby zase Občiansky zákonník. Štandardná záručná lehota je stanovená na 24 mesiacov. Ak je na predávanej veci, jej obale alebo návode k nej pripojenom vyznačená lehota na použitie, záručná doba neskončí pred uplynutím tejto lehoty. V prípade použitej veci je možné dohodnúť kratšiu záručnú lehotu, avšak najmenej 12 mesačnú. Niektoré veci, či súčiastky môžu mať dlhšiu záručnú dobu ako 24 mesiacov.

Na žiadosť kupujúceho je predávajúci povinný poskytnúť záruku písomnou formou, teda formou záručného listu, ak to však povaha veci umožňuje, postačuje len vydanie dokladu o kúpe. Záručná doba začne plynúť od prevzatia veci kupujúcim, čo najmä v prípade e-shopu môže vyvolať niektoré problémy pred uplynutím lehoty.

Pre podnikateľa v rámci e-shopu platí tiež povinnosť zverejniť reklamačný poriadok, ktorý by mal navyše definovať to, ako má zákazník s reklamáciou naložiť, teda ako ju má oznámiť, aká je adresa, na ktorú má reklamovaný výrobok dopraviť, za akých podmienok nie je možné reklamáciu uplatniť (napríklad pri používaní výrobku, ktorý je v rozpore s návodom na použitie, nevhodným používaním napríklad textilu, obuvi a pod.). Tiež by mal obsahovať to, akým spôsobom bude spotrebiteľ o vybavení reklamácie informovaný.

2.1.4 Daň z pridanej hodnoty pri cezhraničných predajoch

Ďalšiu problematiku e-shopov predstavuje daň z pridanej hodnoty. Táto oblasť predstavuje problém aj pre e-shopy, ktoré nakupujú a následne predávajú tovar dodaný z tretích krajín. Navyše, v uplynulom období došlo k výrazným zmenám.

Výsledkom transpozície smernice Rady (EÚ) 2017/2455 do slovenského právneho poriadku bolo v roku 2020 schválenie novely⁵¹ zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov, ktorá nadobudla účinnosť od 01.07.2021. V nasledujúcom texte je pozornosť venovaná zmenám, ktoré novela priniesla v oblasti elektronického obchodovania (e-commerce) s dôrazom na B2C model, resp. segment.

Jednou zo **zmien** je zedefinovanie pojmu „**predaja tovaru na diaľku**“ (§ 14 zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty), ktorý nahradil dovtedy platný pojem „zásielkový predaj“.⁵² Súčasťou je zmena, ktorá nastala **v spôsobe určenia miesta dodania tovaru**

⁵⁰ <https://www.podnikajte.sk/ekasa/pouzivanie-ekasy-predaj-eshop>

⁵¹ Národná rada Slovenskej republiky schválila dňa 05.11.2020 zákon, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov a ktorý bol zverejnený v zbierke zákonov dňa 2.12.2020 pod č. 344/2020.

⁵² Jedným zo **zdaniteľných obchodov** je podľa § 2 zákona č. 222/2004 Z. z. dodanie tovaru za protihodnotu s miestom dodania v tuzemsku. Podľa predmetného zákona sa pod pojmom zásielkový predaj (ako osobitná forma



(na diaľku), t.j. pri predaji tovaru na diaľku v EÚ a predaji tovaru na diaľku dovážaného z územia tretích štátov (§ 14 zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty). **Dôvodom je uplatňovanie nároku na daňový príjem v členskom štáte, v ktorom dochádza ku spotrebe tovaru** (ako základný cieľ DPH). Nie každý elektronický obchod (e-shop) spĺňa definičné pojmy tohto špecifického dodania tovaru na diaľku v kontexte DPH pravidiel.

Na účely novelizovaného zákona č. 222/2004 Z.z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov pod pojmom predaj tovaru na diaľku sa rozumie (§ 14 zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty):

- **tovar dodaný z jedného členského štátu EÚ do iného členského štátu EÚ kde sa končí jeho odoslanie alebo preprava,**
- **prepravu tovaru musí zabezpečiť dodávateľ, alebo ju na svoj účet obstaráť u prepravcu** (tovar sa považuje za odoslaný alebo prepravený prostredníctvom dodávateľa na jeho účet, a to aj vtedy, keď dodávateľ zasahuje do odoslania alebo prepravy **tovaru nepriamo**⁵³). Dodávaným tovarom nie sú nové dopravné prostriedky alebo tovar s inštaláciou alebo montážou. Pre splnenie uvedeného znaku musí prebehnúť preprava tovaru. V prípade, že si zákazník vyzdvihne tovar samostatne nejde o predaj tovaru na diaľku,
- **tovar dodaný osobe (zákazníkovi), ktorá nemá pridelené IČO** (občan nepodnikateľ alebo právnická osoba, ktorá nie je zdaniteľnou osobou a pre ktorú nadobudnutie tovaru na území EÚ nie je predmetom dane, alebo zdaniteľná osoba, pre ktorú nadobudnutie tovaru na území EÚ nie je predmetom dane).

Do 30.06.2021 platilo, že „*ak bol tovar pri zásielkovom predaji dodaný z tuzemska do iného členského štátu, tak miestom dodania bol členský štát, v ktorom sa odoslanie alebo preprava tovaru skončili, za podmienky že hodnota dodávaného tovaru dosiahla hodnotu určenú týmto členským štátom, alebo ak si dodávateľ zvolí za miesto dodania tovaru tento členský štát*“ (§ 14 zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty platného do 30.06.2021).

Pri predaji tovaru na diaľku na území EÚ je miestom dodania miesto⁵⁴ (**členský štát EÚ**), kde sa preprava alebo odoslanie **ku zákazníkovi skončilo**. **Výnimkou** sú prípady, kedy miesto dodania tovaru pri predaji na diaľku je miesto (členský štát EÚ), v ktorom sa **začína** odoslanie alebo preprava tovaru (§ 16 a zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty). S uvedeným súvisí aj ďalšia zo **zmien**, t.j. stanovená **nová** (znížená) **výška limitu** (celková hodnota dodaní bez dane) na úrovni **10 tis. EUR**, ktorá je **jednotná pre všetky členské štáty EÚ**. Uvedený limit zahŕňa všetky dodania bez dane do členských štátov EÚ a nielen za vybraný štát. Pri predaji tovaru na diaľku v EÚ a prekročení limitu 10 tis. EUR (do ktorého sa započítava nielen hodnota digitálnych služieb, ale aj hodnota tovaru predávaného na diaľku) vzniká dodávateľovi povinnosť daňovej registrácie v členskom štáte EÚ skončenia prepravy tovaru k zákazníkovi, resp. v členskom štáte usadenia zákazníka (platí pri dodaní digitálnych služieb).

dodania tovaru) rozumie „*dodanie tovaru, ktorý je odoslaný alebo prepravený dodávateľom alebo na jeho účet z členského štátu iného, ako je členský štát, v ktorom sa skončí odoslanie alebo preprava tovaru, a odberateľom je osoba, ktorá nemá pridelené identifikačné číslo pre daň, okrem dodania nových dopravných prostriedkov a tovaru dodaného s inštaláciou alebo montážou dodávateľom alebo na jeho účet.*“.

⁵³ Čl. 5a vykonávacieho nariadenia (EÚ) 2019/2026.

⁵⁴ miesto (členský štát EÚ), podľa ktorého sadzby DPH bude takýto tovar zdaňovaný



V prípade, že dodávateľ pri predaji tovaru na diaľku v EÚ nepresiahol stanovený limit 10 tis. EUR (do ktorého sa započítava nielen hodnota digitálnych služieb, ale aj hodnota tovaru predávaného na diaľku), je usadený v jednom členskom štáte,⁵⁵ povinnosť daňovej registrácie mu vzniká v členskom štáte EÚ v ktorom sídli, alebo sa môže dobrovoľne rozhodnúť pre povinnosť daňovej registrácie v členskom štáte skončenia prepravy tovaru k zákazníkovi, resp. v členskom štáte usadenia zákazníka (platí pri dodaní digitálnych služieb). Takýto spôsob daňovej registrácie bude musieť uplatňovať najmenej 2 roky.⁵⁶

Pred nadobudnutím účinnosti spomínanej novely (t.j. do 30.06. 2021) platil limit (35 000 tis. EUR – 100 000 tis. EUR). Tento koeficient, resp. limit bol posudzovaný pre každú krajinu jednotlivo. Z tohto dôvodu neplatil súhrnný princíp v rámci jedného fixného limitu. Napriek tomu že došlo k zníženiu administratívnej záťaže v súvislosti s tým, že dodávateľ nemusí sledovať jednotlivé limity každého členského štátu, naďalej bude zaťažený plnením daňových a administratívnych povinností v príslušných členských štátoch EÚ pri celkovej hodnote dodaní bez dane už od 10 tis. EUR.

Z uvedeného vyplýva, že miesto dodania tovaru pri predaji tovaru na diaľku v rámci EÚ, je spojené so stanoveným limitom pre členské štáty EÚ.

S cieľom zníženia administratívnej záťaže pri prekročení spomínaného limitu 10 tis. EUR má dodávateľ (usadený v členskom štáte EÚ) možnosť využiť pri predaji tovaru na diaľku v rámci EÚ **dobrovoľný, zjednodušený osobitný režim DPH (OSS – One stop shop)**⁵⁷, inak nazývaný aj osobitná úprava uplatňovania dane na predaj tovaru na diaľku na území EÚ podľa § 68 b zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty. Predstavuje osobitné jednotné daňové priznanie podané cez elektronický portál v členskom štáte EÚ, v ktorom je dodávateľ tovaru usadený (členský štát identifikácie). Takýto dodávateľ tovaru sa zaregistruje pre využívanie spomínaného režimu a následne uhradí príslušnú daňovú povinnosť (prostredníctvom uvedenia sadzieb DPH členských štátov EÚ, v ktorých preprava tovaru pre nezdaniteľnú osobu skončila, t.j. členský štát spotreby v rámci EÚ). Členský štát identifikácie následne zašle príslušnú sumu dane do týchto členských štátov EÚ.⁵⁸ Z uvedeného dôvodu sa takýto dodávateľ pri predaji tovaru na diaľku v EÚ nemusí registrovať v každom členskom štáte spotreby v rámci EÚ osobitne.

Napriek tomu, môže vzniknúť podnikateľovi určitá administratívna záťaž, a to najmä v súvislosti s tým, kde má dodávateľ tovaru sklady, resp. odkiaľ je tovar v rámci EÚ dodávaný. Okrem toho aj samotná registrácia v rámci osobitných režimov môže spôsobiť prevádzkovateľom e-shopov administratívnu záťaž.

Príklad: Slovenský dodávateľ (e-shop) dodal nezdaniteľným osobám tovar, ktorý bol na jeho účet prepravený z ČR (sklad v ČR) zákazníkom (nezdaniteľným osobám) usadeným

⁵⁵ Členský štát EU, v ktorom má sídlo, miesto podnikania alebo prevádzkareň alebo bydlisko. Netýka sa to skladov.

⁵⁶ Predaj tovaru na diaľku na území EÚ a zmeny v DPH od 1.7.2021. Dostupné online: https://www.youtube.com/watch?v=-uLX_j1hj54

⁵⁷ Dobrovoľné osobitné úpravy (MOSS – Mini One Stop Shop) sa do 30.06.2021 využívali len pre telekomunikačné služby, služby rozhlasového vysielať a televízneho vysielať a elektronické služby poskytnuté iným ako zdaniteľným osobám na území EÚ. Od 1.7.2021 sa dobrovoľné osobitné úpravy rozšírili (OSS – One Stop Shop) okrem iného aj na tovar predávaný na diaľku v rámci EÚ.

⁵⁸ Blíži sa účinnosť balíčka zmien DPH pre e-commerce. Dostupné online: <https://www.danovky.sk/sk/blizi-sa-ucinnost-balicka-zmien-dph-pre-e-commerce>



v SR, Maďarsku a Poľsku. Napriek tomu, že spomínaný dodávateľ je registrovaný na území SR, tovar bol prepravený z ČR. Z tohto dôvodu išlo o dodanie tovaru z jedného členského štátu EÚ do iného členského štátu EÚ nezdaniteľným osobám (splnená definícia predaja tovaru na diaľku v EÚ). Výsledkom je, že do osobitného jednotného daňového priznania sa budú uvádzať sadzby DPH všetkých uvedených členských krajín EÚ vrátane SR. V prípade, že by uvedený dodávateľ dodal tovar nezdaniteľným osobám usadeným v SR, Maďarsku a Poľsku a tovar by bol na jeho účet prepravený z SR (sklad v SR), tak do osobitného jednotného daňového priznania sa budú uvádzať sadzby DPH krajín ako Maďarsko, Poľsko. Pri dodaní tovaru nezdaniteľným osobám usadeným v SR by nebola splnená definícia predaja tovaru na diaľku a z tohto dôvodu by nebolo možné využiť osobitný režim DPH (OSS). Dodaný tovar nezdaniteľným osobám usadeným v SR bude dodávateľ zdaňovať prostredníctvom bežného (slovenského) daňového priznania.⁵⁹

Ďalšou zo zmien je **zrušenie oslobodenia od DPH** pri dovoze tovaru z tretích krajín s hodnotou nepresahujúcou **22 EUR**. Z uvedeného vyplýva, že tovar dovážaný z tretích krajín je zdaňovaný bez ohľadu na jeho hodnotu. Vzhľadom na to bol zavedený nový pojem **predaj tovaru na diaľku dovážaný z územia tretích štátov**. Miesto dodania uvedeného tovaru je miesto (členský štát), v ktorom sa odoslanie alebo preprava tovaru k zákazníkovi **skončí**. Okrem toho môže nastať situácia, kedy sa **predaj** tovaru na diaľku dovážaného z územia tretích štátov uskutočňuje v tom **istom členskom štáte EU**, v ktorom **končí jeho odoslanie alebo preprava**. Miesto dodania uvedeného tovaru je členský štát EÚ, v ktorom sa odoslanie alebo preprava končí. Podmienkou je uplatnenie **dobrovoľného, zjednodušeného osobitného režimu DPH (IOSS – Import One Stop Shop)**,⁶⁰ inak nazývané aj osobitná úprava uplatňovania dane na predaj tovaru na diaľku dovážaného z územia tretích štátov (§ 68 c zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty).

Pri predaji tovaru na diaľku dovážaného z územia tretích štátov je miesto dodania určené podľa toho, či je členský štát EÚ dovozu **zhodný** s členským štátom EÚ skončenia odoslania alebo prepravy.

Príklad: Tovar, ktorý zahraničný dodávateľ (e-shop z územia tretích štátov) dodával priamo na Slovensko (v hodnote do 22 EUR), do 30.06.2021 nepodliehal platbe DPH zo strany slovenského zákazníka. Avšak na základe nových pravidiel vzniká takémuto zákazníkovi povinnosť platiť DPH pri akejkoľvek hodnote zakúpeného tovaru z územia tretích štátov. V prípade, že sa takýto dodávateľ rozhodne odbremeniť zákazníka od DPH, má možnosť zaregistrovať sa v rámci dobrovoľného, zjednodušeného osobitného režimu IOSS na Slovensku (prostredníctvom sprostredkovateľa, pretože registrácia v rámci uvedeného režimu je možná len pre dodávateľov usadených v členských štátoch EÚ). V prípade, že hodnota zásielky nepresiahne 150 EUR (nebude predmetom colného konania), takýto dodávateľ môže odvieť tretích krajín.⁶¹

⁵⁹ Predaj tovaru na diaľku na území EÚ a zmeny v DPH od 1.7.2021. Dostupné online: https://www.youtube.com/watch?v=-uLX_j1hj54

⁶⁰ Dobrovoľné osobitné úpravy (MOSS – Mini One Stop Shop) sa do 30.06.2021 využívali len pre telekomunikačné služby, služby rozhlasového vysielania a televízneho vysielania a elektronické služby poskytnuté iným ako zdaniteľným osobám na území EÚ. Od 1.7.2021 sa dobrovoľné osobitné úpravy rozšírili (IOSS – Import One Stop Shop) okrem iného aj na tovar predávaný na diaľku dovážaný z územia tretích štátov.

⁶¹ Predaj tovaru na diaľku na území EÚ a zmeny v DPH od 1.7.2021. Dostupné online: https://www.youtube.com/watch?v=-uLX_j1hj54



Ďalšou zo zmien je zavedenie **nových pravidiel pri dodaní tovaru prostredníctvom využitia elektronického komunikačného rozhrania**. Zdaniteľná osoba, ktorá **uľahčuje dodanie tovaru** (uskutočnené zdaniteľnou osobou neusadenou na území EÚ inej ako zdaniteľnej osobe na území EÚ) **prostredníctvom elektronického komunikačného rozhrania** (elektronické trhovisko, digitálna platforma, elektronický portál alebo podobný elektronický prostriedok), sa stáva tzv. **domnelým dodávateľom**⁶² a z hľadiska uplatňovania pravidiel DPH sa **považuje za zdaniteľnú osobu**, ktorá tovar prijala od pôvodného dodávateľa a následne dodala zákazníkovi (nezdaniteľnej osobe) do členského štátu EÚ (§8 ods. 7 zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty).

Na základe uvedeného môže nastať situácia, že prostredníctvom zdaniteľnej osoby, t.j. domnelého dodávateľa predáva dodávateľ (ktorý nie je usadený v rámci EÚ) tovar priamo zákaznikom (nezdaniteľným osobám) v rámci EÚ. V prípade, že takýto dodávateľ (napr. z Číny) **má sklady v rámci EÚ** (tovar už je v obehú), výsledkom je **predaj** takéhoto tovaru domnelému dodávateľovi, ktorý následne predáva tento tovar konečnému zákazníkovi (nezdaniteľnej osobe) v rámci EÚ. Z uvedeného vyplýva, že dodanie tovaru tzv. domnelému dodávateľovi je podľa § 42a zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty oslobodené od dane, **avšak na dodaný tovar účtuje domnelý dodávateľ DPH uplatniteľnú v členskom štáte zákazníka**⁶³.

Príklad: Dodávateľ (e-shop) z územia tretích štátov (napr. z Číny) predáva prostredníctvom domnelého dodávateľa (slovenskej digitálnej platformy) tovar nezdaniteľnej osobe na území EÚ (napr. do ČR). Spomínaný dodávateľ z územia tretích štátov má sklady napr. v Nemecku a prostredníctvom domnelého dodávateľa dodáva tovar nezdaniteľnej osobe do ČR. Z uvedeného vyplýva (ako bolo aj vyššie spomenuté), domnelý dodávateľ je v pozícii najprv nakupujúceho⁶⁴ (od dodávateľa z územia tretích štátov t.j. dodávateľa z Číny, ktorý má sklady v Nemecku) a následne v pozícii predávajúceho (nezdaniteľnej osobe do ČR). Z tohto dôvodu ide o predaj tovaru na diaľku (t.j. z Nemecka do ČR) prostredníctvom domnelého dodávateľa. Vzhľadom na to má domnelý dodávateľ dve možnosti pre splnenie daňovej povinnosti, t.j. buď sa zaregistruje v ČR, alebo v rámci osobitného režimu OSS. Avšak dodanie tovaru do Nemecka bude oslobodené od dane. Dôvodom je, aby domnelý dodávateľ nemusel zaplatiť daň dodávateľovi z tretích štátov a následne ju žiadať späť z Nemecka.⁶⁵

Iná situácia nastáva, ak zdaniteľná osoba, t.j. domnelý dodávateľ **uľahčuje predaj tovaru** na diaľku dovážaného z územia tretích štátov v zásielkach s vlastnou hodnotou nepresahujúcou 150 EUR prostredníctvom využitia elektronického komunikačného rozhrania ako je elektronické trhovisko, elektronická platforma, elektronický portál alebo podobný elektronický prostriedok. V takomto prípade platí, že táto zdaniteľná osoba tovar **od pôvodného dodávateľa prijala a následne dodala** zákazníkovi (nezdaniteľnej osobe) do členského štátu EÚ (§8 ods. 7 zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty). V takomto prípade zdaniteľná

⁶²Dostupné online:

https://www.financnasprava.sk/_img/pfsedit/Dokumenty_PFS/Zverejnovanie_dok/Dane/Novinky_leg/Nepriame_dane/2020/2020.12.22_4_DPH_2020_L.pdf

⁶³ Blíži sa účinnosť balíčka zmien DPH pre e-commerce. Dostupné online: <https://www.danovky.sk/sk/blizi-sa-ucinnost-balicka-zmien-dph-pre-e-commerce>

⁶⁴ Pretože ide o dodanie tovaru z územia tretích štátov

⁶⁵ Predaj tovaru na diaľku na území EÚ a zmeny v DPH od 1.7.2021. Dostupné online: https://www.youtube.com/watch?v=-uLX_j1hj54



osoba (napr. prevádzkovateľ e-shopu alebo elektronického trhoviska) umožňuje dodávateľovi, ktorý nie je usadený v rámci EÚ, predávať tovar priamo zákazníkovi (nezdaniteľnej osobe) v rámci EÚ len za predpokladu, že hodnota tovaru nepresiahne 150 EUR. Výsledkom je **predaj** takéhoto tovaru domnelému dodávateľovi, ktorý následne predáva tento tovar konečnému zákazníkovi (nezdaniteľnej osobe) v rámci EÚ **a na dodaný tovar účtuje domnelý dodávateľ DPH uplatniteľnú v členskom štáte zákazníka.**⁶⁶

Príklad: Domnelý dodávateľ (slovenská digitálna platforma) predáva tovar z územia tretích štátov (napr. z Číny) priamo nezdaniteľnej osobe (napr. do ČR), pričom jeho hodnota je do 150 EUR. Domnelý dodávateľ je najprv v pozícii nakupujúceho (od dodávateľa z územia tretích štátov t.j. z Číny) a predávajúceho (nezdaniteľnej osobe do ČR). Pre splnenie daňovej povinnosti sa uvedený domnelý dodávateľ zaregistruje v rámci osobitného režimu IOSS a prepravnej spoločnosti sa preukáže, že bol registrovaný v rámci režimu IOSS. Z tohto dôvodu bude dovoz tovaru oslobodený od DPH, pretože daň (podľa sadzby ČR) bude domnelý dodávateľ odvádzať prostredníctvom spomínaného režimu.⁶⁷

2.1.5 Plánované legislatívne zmeny v ochrane spotrebiteľa

V súvislosti s legislatívou ochrany spotrebiteľa sa do budúcnosti pripravuje nová legislatíva. Tá má nahradiť aj predmetný 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. Viacero zákonov sa preto spojí do jedného, pričom však myslí aj na ochranu spotrebiteľa pri predaji na diaľku.

Niektoré navrhované zmeny nastávajú pri informačných povinnostiach obchodníka (nielen pri predaji na diaľku). Ide o povinnosť v každom oznámení o znížení ceny tovaru uviesť predchádzajúcu cenu, ktorá je najnižšia za obdobie nie kratšie ako 30 dní pred znížením ceny, alebo od začiatku predaja alebo poskytovania tovaru, ak obchodník tento tovar predával v období kratšom ako 30 dní pred znížením ceny. Cieľom zmeny je zamedziť machináciám s cenami obchodníkov.

V praxi sa často stávalo, že pred určitým obdobím, napríklad Vianočnými sviatkami, obchodníci na jeden deň krátkodobo zvýšili ceny, aby ich následne, na druhý deň znížili a mohli formálne deklarovať, že tovar predávajú vo veľkej akcii. Takáto praktika predstavuje obchádzanie zákona a motiváciou zákonodarcu je preukázať, že predajná akcia trvá nejakú dobu a zníženie ceny nie je iba marketingovou stratégiou predajcu.

V prípade, ak obchodník uvedie, že zľava je napríklad 20 % na celý sortiment, postačuje, ak predchádzajúcu cenu uvedie len pri konkrétnom výrobku a nie je nutné ani možné oznamovať všetky pôvodné ceny s takýmto vyhlásením. Úprava by mala platiť aj pre prípady, kedy obchodník na krátke obdobie zníži cenu a potom ju opätovne zvýši, teda napríklad „Black Friday“. V takomto prípade obchodník môže referovať aj najnižšiu cenu, za ktorú výrobok poskytoval v období aspoň 30 dní pred znížením ceny. Obchodník tak napríklad podľa znenia

⁶⁶ Blíži sa účinnosť balíčka zmien DPH pre e-commerce. Dostupné online: <https://www.danovky.sk/sk/blizi-sa-ucinnost-balicka-zmien-dph-pre-e-commerce>

⁶⁷ Predaj tovaru na diaľku na území EÚ a zmeny v DPH od 1.7.2021. Dostupné online: https://www.youtube.com/watch?v=-uLX_j1hj54



zákona môže uviesť, že výrobok je v zľave 20 %, z pôvodnej ceny 100 EUR stojí 80 EUR, ale mimo obdobia zliav je obvyklá cena 120 EUR.

Ďalej sa podľa zverejneného zámeru počíta s určitými zlepšeniami, ktoré by mohli e-shopom pomôcť. Ide napríklad o zverejňovanie hodnotení. V praxi dochádza veľakrát k situácii, keď sa snaží konkurencia škodiť konkurentovi písaním klamlivých hodnotení, či negatívnych recenzií, ktoré tohto konkurenta môžu následne poškodiť v konkurenčnom boji. Nový zákon na túto situáciu reaguje tak, že špecifikuje, že za podstatné informácie sa považujú aj tie, ako obchodník zabezpečuje autenticitu hodnotení spotrebiteľov a informácie o parametroch určujúcich poradie produktov vo výsledku vyhľadávania v online priestore. Za nekalú praxiu by sa malo považovať zavádzanie spotrebiteľov vyhlásením, že hodnotenia pochádzajú od spotrebiteľov, ktorí si reálne tovar zakúpili a používali a neboli zároveň podniknuté kroky k zabezpečeniu toho, aby hodnotenia pochádzali od takýchto spotrebiteľov. Ide napríklad o také kroky, ktoré využijú technické prostriedky na overenie spoľahlivosti osoby zverejňujúcej hodnotenie.

Taktiež zákon zavádza ako podstatnú informáciu takú informáciu, ktorá sa dotýka hlavných parametrov, ktoré určujú poradie produktov vo výsledku vyhľadávania v online priestore, pričom podstatný je tiež význam týchto parametrov vo vzťahu k iným parametrom vyhľadávania, ak spotrebiteľia majú možnosť v online priestore vyhľadávať pomocou kľúčového slova, frázy, alebo iného vstupu produkty v ponuke rôznych obchodníkov alebo iných osôb, a to bez ohľadu na to, či sa zmluva uzatvára v rovnakom online priestore. Informácie sa poskytujú v osobitnej časti online priestoru, ktorá je priamo a ľahko dostupná z online priestoru, v ktorom sú prezentované výsledky vyhľadávania. Ako teda vyplýva z tohto ustanovenia, ide najmä o tzv. porovnávače e-shopov, pričom cieľom je zabezpečiť lepšie informovanie spotrebiteľa. Zároveň legislatíva implementuje do seba SMERNICU EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY (EÚ) 2019/2161 z 27. novembra 2019, ktorou sa mení 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. Ministerstvo hospodárstva tiež vyčíslilo, že zavedenie tohto opatrenia bude mať negatívny dopad na podnikateľské prostredie vo výške asi 17 tis. EUR⁶⁸ (najmä súvisiacich s úpravou informačných systémov). Zároveň však zákon prináša niektoré pozitívne dopady na podnikateľské prostredie. Pozitívny vplyv zákona na podnikateľské prostredie by mal predstavovať zníženie záťaže o 695 178 EUR, z toho 694 481 EUR regulačnej záťaže by sa malo dotýkať MSP. Zvýšenie regulačnej záťaže bude celkovo predstavovať viac ako 45 tis. EUR, čiže sa predpokladá v súčte zníženie regulačnej záťaže podnikateľského prostredia o viac ako 650 tis. EUR.

Okrem toho zákon v navrhovanom znení dopĺňa informovanie spotrebiteľa o informáciu, ak je cena pre konkrétneho spotrebiteľa alebo skupinu spotrebiteľov určená na základe automatizovaného rozhodovania vrátane profilovania, je predajca povinný to spotrebiteľovi oznámiť.

V čase publikovania štúdie bol zákon v štádiu vyhodnocovania pripomienok medzirezortného pripomienkového konania, pričom pravdepodobne dôjde k prijatiu vyššie uvedených úprav, keďže ide o transpozíciu európskej smernice.

⁶⁸ <https://www.slov-lex.sk/legislativne-procesy/-/SK/dokumenty/LP-2022-39>, Kalkulačka vplyvov



2.1.6 Ochrana osobných údajov

Cieľom zabezpečenia stabilnej ochrany fyzických osôb v celej Európskej únii a eliminácie rozdielov, ktoré bránia voľnému pohybu osobných údajov v rámci vnútorného trhu bolo prijaté **Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov („Nariadenie GDPR“)**. Toto je priamo uplatniteľné bez potreby transpozície do právneho poriadku SR. Napriek tomu bol v podmienkach SR prijatý **Zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov**, ktorý dopĺňa spomínané nariadenie. Predmetom nariadenia je úprava pravidiel týkajúcich sa ochrany osobných údajov fyzických osôb v súvislosti s ich spracovaním a pravidlá týkajúce sa voľného pohybu osobných údajov (v rámci EÚ aj mimo EÚ). V prípade prevádzkovateľov e-shopov (vrátane slovenských) vzniklo množstvo povinností vyplývajúcich z predmetného nariadenia, resp. zákona.

Dôležitým je vymedzenie pojmu osobné údaje, ale tiež vymedzenie subjektu vystupujúceho pri spracovaní osobných údajov a tiež prípady, kedy sám alebo spoločne s inými určí účely a prostriedky spracovania osobných údajov⁶⁹(§ 5 zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov).

Jedným z týchto subjektov je aj prevádzkovateľ e-shopu. Dôvodom je, že ide o osobu (resp. osoby), ktorá určuje účely (predaj tovaru a služieb) a prostriedky spracovania osobných údajov (automatizovaný alebo neautomatizovaný systém na podporu predaja tovaru alebo služby). Účel spracovania osobných údajov tak môže byť určovaný samostatne, ale v niektorých prípadoch aj podľa zákona. Takýto prevádzkovateľ e-shopu je tak primárne zodpovedný subjekt, ktorý znáša hlavnú mieru právnej zodpovednosti za spracúvanie osobných údajov, má právnu subjektivitu, vymedzuje účel a prostriedky spracovania osobných údajov. Účel spracovania osobných údajov je mu ustanovený právne, ktorý môže vymedziť sám alebo spoločne s inými subjektmi (spoloční prevádzkovatelia) a spracúvanie (celé alebo časť) môže v jeho mene zabezpečiť obchodný partner (sprostredkovateľ).

Problém môže nastať v prípade, že sa prevádzkovateľ e-shopu rozhodne na spracovanie niektorej agendy (napr. účtovníctvo) zabezpečiť dodávateľov, tak v tomto prípade budú títo obchodní partneri vystupovať ako **sprostredkovatelia**⁷⁰, ktorí majú určité povinnosti (§ 34 zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov).

Dotknutej osobe (užívateľovi webovej stránky), ktorej osobné údaje sa spracúvajú musí prevádzkovateľ e-shopu zabezpečiť, aby pri návšteve webovej stránky mala k dispozícii informácie o tom, kto každý spracúva jej osobné údaje. Súčasťou je záznam (formulár)

⁶⁹ „údaje týkajúce sa identifikovanej fyzickej osoby alebo identifikovateľnej fyzickej osoby, ktorú možno identifikovať priamo alebo nepriamo, najmä na základe všeobecne použiteľného identifikátora, iného identifikátora, ako je napríklad meno, priezvisko, identifikačné číslo, lokalizačné údaje, alebo online identifikátor, alebo na základe jednej alebo viacerých charakteristík alebo znakov, ktoré tvoria jej fyzickú identitu, fyziologickú identitu, genetickú identitu, psychickú identitu, mentálnu identitu, ekonomickú identitu, kultúrnu identitu alebo sociálnu identitu.“ (čl. 4 ods. 1 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 alebo § 2 zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov). Rodné číslo nie je podľa predmetného nariadenia osobný údaj. Avšak v podmienkach SR má osobitné postavenie a to v zákone č. 301/1995 Z. z. o rodnom čísle.

⁷⁰ Je vhodné využívať len sprostredkovateľov, ktorí sú schopní poskytnúť dostatočné záruky pre bezpečnosť spracovania a súlad s GDPR.



o spracovateľských činnostiach⁷¹ v elektronickej alebo aj písomnej forme (§ 37 ods. 1 zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov). Základom vzťahu medzi prevádzkovateľom e-shopu a sprostredkovateľom je zmluva obsahujúca príslušné náležitosti.

Ďalším z legislatívne vymedzených pojmov je **zodpovedná osoba**, ktorá vystupuje medzi prevádzkovateľom e-shopu a dozorným orgánom⁷² a medzi prevádzkovateľom e-shopu a dotknutými osobami⁷³.

V prípade, že prevádzkovateľovi e-shopu vznikne povinnosť ustanoviť zodpovednú osobu, je povinný umožniť jej zapájať sa do všetkých záležitostí, ktoré súvisia s ochranou osobných údajov a tiež podporovať ju pri plnení úloh prostredníctvom poskytnutia zdrojov potrebných na ich plnenie a tiež umožniť prístup zodpovednej osobe k osobným údajom a spracovateľským operáciám. Okrem toho je povinný poskytnúť zdroje na udržiavanie jej odborných znalostí a zverejniť kontaktné údaje zodpovednej osoby, ktoré následne oznámi ich dozornému orgánu.

Na účely spomínaného nariadenia (resp. zákona) sa pod pojmom **príjemca** rozumie *fyzická alebo právnická osoba, orgán verejnej moci, agentúra alebo iný subjekt, ktorému sa osobné údaje poskytujú bez ohľadu na to, či je treťou stranou*“ (§ 5 ods. 17 zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov).

V prípade, že tovar objednaný v e-shope doručujú kuriérske spoločnosti v mene prevádzkovateľa e-shopu, sú považované za sprostredkovateľov. Okrem toho môže nastať situácia, kedy doručenie objednaného tovaru z e-shopu zabezpečujú kuriérske služby vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť. V takomto prípade sú považovaní za príjemcov.

Účelom spracúvania osobných údajov v e-shope môže byť predaj tovaru alebo služieb, marketing (posielanie newsletterov), vernostný program, súťaž a iné (podľa funkcionality e-shopu, t.j. wishlist, opustený košík, reaktivácia, segmentácia, Upselling, atď.). **Spracovanie osobných údajov** môže prevádzkovateľ e-shopu realizovať len na základe právneho základu (zmluvná strana, súhlas, oprávnený záujem, zákon). Spracovanie osobných údajov na základe súhlasu je podrobnejšie opísané v podkapitole. 2.2.

⁷¹ Zverejnený na stránke Úradu na ochranu osobných údajov

⁷² V SR túto úlohu plní Úrad na ochranu osobných údajov

⁷³ Prípady, v rámci ktorých je povinnosť ustanoviť zodpovednú osobu (v prípade prevádzkovania e-shopu) sú definované v § 44 ods. 1 písmeno b) zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov).



Tabuľka č. 4: Účely spracovania osobných údajov v súvislosti s elektronickým obchodom (e-shopom)

	Účel	Právny základ	Dotknuté osoby
Predaj tovarov/služieb	objednávanie tovaru/služieb, uzavretie zmluvy, dodanie tovaru/služieb zákazníkom	zmluvné/predzmluvné vzťahy	nakupujúci, záujemcovia o tovar/služby
Marketing – zasielanie newsletterov	propagácia prevádzkovateľa, jeho tovaru/služieb	oprávnený záujem prevádzkovateľa alebo súhlas dotknutej osoby	zákazníci alebo osoby, ktoré poskytli súhlas
Vernostný program	zákazníci alebo osoby, ktoré poskytli súhlas	súhlas dotknutej osoby	osoby, ktoré poskytli súhlas
Súťaž	spracúvanie údajov za účelom vyhodnotenia súťaže a odovzdania plnenia	súhlas dotknutej osoby	osoby, ktoré poskytli súhlas
Wishlist	možnosť zaradenia vybraného tovaru zákazníkom do tzv. wishlistu (zoznamu priani), zasielanie emailu s upozornením, že tovar bol zaradený do wishlistu	oprávnený záujem (ak sa jedná o marketingovú činnosť)	
Opustený košík	registrovaný zákazník nedokončil nákup a ani platbu, zasielanie mailu s týmto upozornením	predzmluvné vzťahy (nedochádza zatiaľ k uzavretiu kúpnej zmluvy)	
Reaktivácia	motivácia registrovaného zákazníka k ďalšiemu nákupu prostredníctvom zaslania kódu so zľavou na ďalší nákup	zmluva (ak to vyplýva alebo je dohodnuté v zmluve) oprávnený záujem (v rámci marketingovej činnosti)	
Segmentácia	zasielanie newsletterov o podobnom tovare, aký zákazník v e-shope nakupuje	oprávnený záujem	
Upselling	zobrazenie odporúčaného tovaru k ďalšiemu nákupu (pri dokončovaní nákupu, t.j. v rámci platobného procesu)	oprávnený záujem	

Zdroj: Mičudová, T. JUDr., PhD., SBA, E-shop od A po ZET: Všeobecné obchodné podmienky a legislatíva.

Získavanie osobných údajov musí byť zákonné a účelné (nevyhnutné potrebné údaje). Ide najmä o titul, meno, priezvisko, adresa bydliska, adresa dodania tovaru/služby, e-mail, telefónne číslo, údaje o platbe, dátum narodenia.

Pred prijatím spomínaného nariadenia (resp. zákona) mohol prevádzkovateľ e-shopu získavať už zverejnené údaje, ktoré následne spracoval. V súčasnosti je takéto spracovanie osobných údajov vylúčené a možné len na základe právneho základu.

Zmena obsahu informačnej povinnosti priniesla pre prevádzkovateľa e-shopu **povinnosť poskytnúť** pri spracúvaní, avšak najneskôr pri získavaní osobných údajov dotknutej osobe



ustanovené informácie (splnenie tzv. informačnej povinnosti). Súčasťou sú **definované zásady spracovania osobných údajov**.⁷⁴

Po uplynutí lehoty určenej na uchovávanie získaných osobných **údajov je povinnosťou** prevádzkovateľa e-shopu **ich likvidácia** (zrušenie, rozloženie, vymazanie, fyzické zničenie hmotných nosičov spôsobom aby sa nedali reprodukovať). Doba uchovávania osobných údajov však nie je explicitne vymedzená v spomínanom nariadení a ani v zákone. Uplynutie doby uchovávania osobných údajov je možné overiť v rámci registratúrneho poriadku a registratúrneho plánu podniku prípadne podľa zákona.

Prevádzkovateľ e-shopu je „*povinný zaviesť štandardnú ochranu osobných údajov, ktorá spočíva v prijatí primeraných technických a organizačných opatrení na zabezpečenie spracúvania osobných údajov len na konkrétny účel*“ (§ 32 ods. 3 zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov), pričom je potrebné zohľadniť množstvo spracúvaných osobných údajov, rozsah ich spracúvania (koľko druhov údajov), doba ich uchovávania, dostupnosť (listinná alebo elektronická forma).

Prevádzkovateľ e-shopu môže prijať bezpečnostné opatrenie v podobe pseudonymizácie, ktoré spočíva v oddelení priamych identifikátorov od ostatných údajov. Výsledkom je, že neoprávnená osoba nebude schopná zistiť, ktorých osôb sa údaje týkajú. Ďalším z opatrení je šifrovanie, ktoré predstavuje proces spracúvania osobných údajov, pri ktorom dochádza k ich prevodu do podoby, ktorá je čitateľná len prostredníctvom šifrovacieho kľúča. Okrem toho môže nastať situácia v podobe zavádzania novej technológie, alebo zmeny dodávateľa. V takomto prípade je dôležité testovať, posudzovať a hodnotiť účinnosť technických a organizačných opatrení.

Predmetné nariadenie (resp. zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov) vymedzuje okrem iného pojem **bezpečnostný incident**, ktorý predstavuje narušenie resp. porušenie prijatých a aplikovaných opatrení (napr. počítačový vírus, strata, odcudzenie hardvéru a softvéru, mobilného telefónu, USB, strata a odcudzenie dát, nepovolený prístup k informačnému systému, požiar, potopa, prírodná katastrofa).

Pre prevádzkovateľov e-shopov vznikla povinnosť v podobe oznamovania (ohlasovania) prípadov porušenia ochrany osobných údajov v stanovenej časovej lehote dozornému orgánu (v podmienkach Slovenskej republiky je dozorným orgánom Úrad na ochranu osobných údajov SR) a bezodkladne samotnej dotknutej osobe.

Úrad na ochranu osobných údajov má na svojej internetovej stránke zverejnený metodický dokument, na základe ktorého je možné určiť prípady, kedy prevádzkovateľ e-shopu je povinný vykonať oznamovaciu povinnosť v stanovenej lehote dozornému orgánu alebo bezodkladne dotknutej osobe.

Ďalšou zo zmien, v rámci predmetného zákona je zavedenie sankcie za nedodržanie povinností v oblasti ochrany osobných údajov FO. Ich výška sa odvíja o druhu porušenia povinnosti.

⁷⁴ Dostupné na: http://monitoringmsp.sk/wp-content/uploads/2019/10/Zalozenie-e-shopu-09-2019_CLR.pdf



V podmienkach Slovenskej republiky tak môže Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb uložiť dva druhy sankcií t. j. za správne delikty a poriadkovú pokutu za nesplnenie ním uloženého opatrenia. Za správne delikty je možné udeliť sankciu vo výške 2 % - 4 % z ročného obratu za predchádzajúci účtovný rok, alebo sankciu vo výške 10 mil. EUR - 20 mil. EUR. Za nesplnenie informačnej povinnosti je možné udeliť sankciu vo výške 4 % z ročného obratu za predchádzajúci účtovný rok, alebo sankciu vo výške 20 mil. EUR.

Poriadková pokuta môže byť udelená z dôvodu neposkytnutia súčinnosti pri výkone dozoru do 2 tis. EUR (osobe ktorá nie je prevádzkovateľom alebo sprostredkovateľom, osobe ktorá je prevádzkovateľom alebo sprostredkovateľom) alebo z dôvodu marenia výkonu kontroly do 10 tis. EUR (osobe, ktorá je prevádzkovateľom alebo sprostredkovateľom). Udelenie poriadkovej pokuty je možné aj zástupcovi prevádzkovateľa alebo sprostredkovateľa.

Tabuľka č. 5: Prehľad práv dotknutej osoby po prijatí „Nariadenia GDPR“

Upravené práva dotknutej osoby	Nové práva dotknutej osoby
Právo na prístup k údajom	Právo na zabudnutie ako súčasť práva na vymazanie
Právo na opravu	Právo na prenosnosť údajov
Právo na vymazanie	Právo namietať profilovanie a právom chránený záujem prevádzkovateľa a marketing
Právo na obmedzenie spracúvania	Právo vyhradiť sa voči rozhodnutiam založeným na automatizovanom spracúvaní

Zdroj: Mičudová, T. JUDr., PhD., SBA, E-shop od A po ZET: Všeobecné obchodné podmienky a legislatíva

V prípade, že dotknutá osoba (napríklad bývalý klient) uplatní právo žiadať od prevádzkovateľa e-shopu informáciu o procese spracovania osobných údajov (právo na prístup k údajom), prevádzkovateľ e-shopu je povinný poskytnúť dotknutej osobe kópiu osobných údajov zabezpečenú elektronickou formou, prípadne inou formou podľa požiadavky dotknutej osoby.

Povinnosťou prevádzkovateľa e-shopu v prípade uplatnenia práva na vymazanie je zabezpečiť, aby výmaz osobných údajov bol v rámci každej agendy, ktorá tieto osobné údaje zahŕňala. Výnimkou sú niektoré legislatívne povinnosti, v rámci ktorých nie je možné uplatniť si právo na vymazanie osobných údajov (napr. splnenie zákonnej povinnosti v rámci daňových alebo účtovných predpisov). Následne prevádzkovateľ e-shopu informuje dotknutú osobu o vymazaní jej osobných údajov.

Prevádzkovateľ e-shopu je povinný pozastaviť aktivity voči dotknutej osobe po dobu zistenia dôvodu spracovania osobných údajov v prípade, že si dotknutá osoba uplatní právo na obmedzenie spracúvania osobných údajov.

Príkladom uplatnenia práva na zabudnutie ako súčasť práva na vymazanie je situácia, kedy prevádzkovateľ e-shopu v spolupráci napr. s Google spoločnosťou zabezpečí vymazanie všetkých odkazov na zverejnené osobné údaje, kópie alebo repliky (napr. vymyslené profily na sociálnej sieti).

Okrem toho právo na prenosnosť údajov si môže uplatniť dotknutá osoba, ktorá sa rozhodla zmeniť prevádzkovateľa internetového obchodu. Na základe žiadosti o prenos osobných údajov môže požiadať pôvodného prevádzkovateľa o prenos osobných údajov smerom k novému. Prenos osobných údajov je možné uskutočniť pokiaľ je technicky možný. Vzťahuje sa



na prevádzkovateľov, ktorí nepôsobia v oblasti verejného záujmu. Okrem toho prenos osobných údajov je možný, ak boli spracúvané na základe súhlasu alebo zmluvy.

Zavedením smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES týkajúcej sa spracovávaní osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií („Smernica ePrivacy“) a smernice Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1772, ktorou sa stanovuje európsky kódex elektronických komunikácií do právneho poriadku SR prostredníctvom **zákona č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách**, sa zrušil pôvodný zákon č. 351/2011 Z. z. o elektronických komunikáciách.

Predmetný zákon rovnako ako zákon č.351/2011 Z. z. nemá zadefinovaný priamo pojem „cookie“. Definuje však podmienky prístupu k informáciám uloženým v koncovom zariadení užívateľa. V prípade, že sa jedná o prevádzkovateľov e-shopov, ide o tzv. súbory cookie (online identifikátory), ktoré sú podľa nariadenia o GDPR osobným údajom.

Zásadnou zmenou po prijatí nového zákona č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách je, že za súhlas so spracovaním osobných údajov prostredníctvom cookies súborov sa nepovažuje nastavenie webového prehliadača (prostredníctvom ktorého užívateľ webovej stránky nastavil spôsob spracovávaní osobných údajov a následne pri každej jej návšteve bol len informovaný o ich spracovaní). Z uvedeného vyplýva, že prevádzkovateľ e-shopu musí zabezpečiť, aby užívateľ webovej stránky pri každej jej návšteve mohol jednoznačným úkonom (najčastejšie zakliknutím políčka na cookie lište) potvrdiť súhlas, resp. nesúhlas so spracovaním osobných údajov.

Súčasťou nového zákona o elektronických komunikáciách je zavedenie sankcií na úrovni od 200 EUR do 10 % z obratu v prípade porušenia zákonných povinností.

Regulačná záťaž vyplývajúca z uvedenej zmeny spracovávaní osobných údajov v prípade prevádzkovateľa e-shopu sa môže premietnuť do zvýšených nákladov. Jedným z prípadov je, že ak si prevádzkovateľ e-shopu zabezpečuje jeho prevádzku samostatne a nemá dostatočné technické zručnosti na splnenie zákonnej povinnosti bude pravdepodobne nútený zabezpečiť si odborníka z oblasti IKT za finančný poplatok.

2.2 Regulačné aspekty elektronického obchodovania s dôrazom na prístup k informáciám uloženým v koncovom zariadení užívateľa v podmienkach SR

Vo všeobecnosti súbor cookie je možné definovať ako malý textový súbor, ktorý sa ukladá v PC (desktope) alebo na mobilnom zariadení užívateľa pri návšteve webovej stránky. Na základe takéhoto súboru si webová stránka ukladá na určitý čas informácie o preferenciách užívateľa webovej stránky. Hlavným dôvodom používania cookies súborov zo strany prevádzkovateľov webových stránok je zapamätanie si užívateľských nastavení.

**Rozdelenie cookies súborov podľa účelu**

Technické (funkčné) cookie zahŕňajú overovanie užívateľov webovej stránky pričom zabraňujú podvodom a zabezpečujú ich ochranu. Sú požadované alebo nevyhnutné pre zabezpečenie webovej stránky v súvislosti s prihlasovaním a realizáciou platobných transakcií. Súčasťou je zapamätávanie prihlasovacích údajov a zjednodušenie procesu prihlasovania.

Analytické cookie sú zamerané na zhromažďovanie údajov s cieľom zlepšovať obsah a vytvárať kvalitnejšie funkcie, ktoré zlepšujú dojem užívateľa webovej stránky. Napomáhajú prevádzkovateľom webových stránok chápať ako využívajú používatelia jeho obsah. Umožňujú optimalizovať funkčnosť elektronického obchodu, ukladať obsah nákupného košíka a tiež personalizovať obsah.

Marketingové (reklamné) cookie sú používané s cieľom poskytovať ponuky alebo reklamy založené na záujmoch. Okrem toho umožňujú tretím stranám, aby poskytovali reklamy založené na záujmoch aj na iných stránkach (mimo daného poskytovateľa). Súčasťou je zdieľanie stránky so sociálnymi sieťami a posielanie komentárov.

Potreba aktualizácie právneho rámca pre udelenie súhlasu použitia osobných a citlivých údajov predstavuje jedno z navrhovaných riešení **Akčného plánu jednotného digitálneho trhu** ako príležitosti pre Slovensko. Dôvodom je, že informatizácia spoločnosti na Slovensku si bude vyžadovať lepšie využívanie znalostí, pričom využívanie dát prináša so sebou aj problematiku ochrany osobných údajov a práva na súkromie.

Tabuľka č. 6: **Prehľad právnych aktov v súvislosti s ochranou osobných údajov v EÚ a podmienkach SR s dôrazom na elektronický obchod**

Právny akt	Transpozícia do právneho poriadku v SR
Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES týkajúca sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (Smernica ePrivacy“).	Zákon č. 351/2011 Z. z. o elektronických komunikáciách (starý zákon o elektronických komunikáciách) Zákon č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách (nový zákon o elektronických komunikáciách)
Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES.	Zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov
Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1972 ktorou sa stanovuje európsky kódex elektronických komunikácií.	Zákon č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách (nový zákon o elektronických komunikáciách)

Zdroj: SBA, Vlastné spracovanie



Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES týkajúca sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií („Smernica ePrivacy“) je zameraná na **ochranu osobných údajov v sektore elektronických komunikácií**. Jej transpozícia do právneho poriadku SR spolu s ďalšími smernicami bola prostredníctvom schváleného **zákona č. 610/2003 Z. z. o elektronických komunikáciách**⁷⁵. Spomínaný zákon priniesol posun v chápaní sektora telekomunikácií smerom k sektoru elektronických komunikácií. **Pojem elektronické komunikácie sa tak stal novým pojmom v slovenskom právnom poriadku. Prostredníctvom predmetného zákona boli definované základné pravidlá podnikania v sektore elektronických komunikácií.**

Reforma regulačného rámca elektronických komunikácií EÚ z roku 2002, ktorá vstúpila do platnosti v roku 2009 sa premietla v rámci dvoch smerníc. Jednou z nich bola smernica Európskeho parlamentu a Rady 2009/136/ES, ktorou sa **menila a dopĺňala smernica 2002/58/ES** týkajúca sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií.

Jednou z priorít reformy bola ochrana súkromia spotrebiteľa⁷⁶. Sprísnenie pravidiel týkajúcich sa ochrany súkromia a **osobných údajov sa premietlo aj v súvislosti s cookies súbormi**⁷⁷, pričom výsledkom bolo prijatie Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady 2016/679 („Nariadenie GDPR“) a neskôr Smernice Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1972 ktorou sa stanovuje európsky kódex elektronických komunikácií. Dopady spomínanej reformy na podnikateľské prostredie s dôrazom na prevádzkovateľov webových stránok v podmienkach SR sú stručne prezentované v nasledujúcej časti.

Zákonom č. 351/2011 Z. z. o elektronických komunikáciách, ktorý nahradil predchádzajúci zákon č. 610/2003 Z. z. o elektronických komunikáciách bola v podmienkach SR implementovaná smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES týkajúca sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií („Smernica ePrivacy“). Predmetný zákon nemal priamo definovaný pojem „cookie“. Definoval podmienky prístupu k informáciám uložených v koncovom zariadení užívateľa. V prípade, že sa jednalo o prevádzkovateľov webových stránok bolo možné hovoriť o súboroch cookies.

Jednou z podmienok bolo udelenie súhlasu užívateľa webovej stránky na základe jasných a úplných informácií o účele spracovania informácií uložených v koncovom zariadení užívateľa webovej stránky. Forma udelenia súhlasu nebola jednoznačne zadefinovaná. Na základe usmernenia smernice ePrivacy ju aplikačná prax premietla do podoby tzv. „cookie lišty“. Okrem toho za súhlas bolo podľa predmetného zákona možné považovať aj nastavenie webového prehliadača užívateľa webovej stránky.

Možnosť udelenia súhlasu resp. nesúhlasu na vyššie spomenutý účel prostredníctvom použitia príslušného nastavenia webového prehliadača umožňoval prevádzkovateľom

⁷⁵ Zákon č.610/2003 Z.z. o elektronických komunikáciách nahradil dovtedy regulačný rámec telekomunikácií. Dostupné online: <https://www.teleoff.gov.sk/data/files/20741.pdf>

⁷⁶S dôrazom na mená, e-mailové adresy, informácie o bankových účtoch zákazníkov elektronických komunikačných služieb a zákazníkov poskytovateľov pripojenia na internet, najmä údaje o každom volaní a prístupe na internet.

⁷⁷ Malé textové súbory, ktoré sa ukladajú v PC alebo na zariadení pri návšteve webovej stránky.



webových stránok⁷⁸ poskytnúť užívateľom webovej stránky⁷⁹ len oznámenie o spracovaní tzv. cookies súborov (prostredníctvom možnosti „Rozumiem“ uvedenej na cookie lište).

Príkladom typického oznámenia bolo *“Na našej webovej stránke používame súbory cookies. Prezeraním našej webovej stránky súhlasíte s ich používaním a ukladaním do Vášho prehliadača. Ďalšie informácie o spôsobe používania súborov cookies môžete nájsť kliknutím na tlačidlo "Viac info"⁸⁰”*.

Z uvedeného vyplýva, že na základe predmetného zákona existovali dve skupiny prevádzkovateľov webových stránok. Prvá skupina prevádzkovateľov webových stránok bola tá, ktorá zobrazovala užívateľovi webovej stránky informáciu o používaní cookies súborov a žiadala o súhlas ešte pred ich uložením. Druhá skupina prevádzkovateľov webových stránok len informovala užívateľov webových stránok, že používajú cookies súbory a až na podstránke bolo možné podrobnejšie zistiť tzv. zásady ich používania. Výsledkom bolo, že takéto oznámenie o používaní cookies súborov, bolo možné odstrániť len potvrdením súhlasu, ktorý sa nachádzal na danom oznámení (cookie lište). Vznikala tak situácia, že aj bez explicitného vyjadrenia súhlasu a zatvorenia spomínaného oznámenia sa server naďalej pokúšal ukladať cookies súbory u daného užívateľa webovej stránky.

Ako bolo v predchádzajúcej kapitole spomenuté, **zákonom č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov**, ktorým sa uplatňuje a zároveň dopĺňa Nariadenie GDPR sa ustanovila nová definícia osobných údajov (rozšíril a spresnil sa okruh a definícia osobných údajov). Ide o údaje týkajúce sa identifikovanej FO alebo identifikovateľnej FO (tzv. dotknutá osoba), ktorú možno identifikovať priamo alebo nepriamo. Jedným z **legislatívne vymedzených identifikátorov je online identifikátor**, ktorý zahŕňa okrem iného aj **cookies súbory**.

Z uvedeného vyplýva, že súbory cookies (tzv. online identifikátory) sú osobným údajom podľa vyššie spomenutého nariadenia vtedy, ak slúžia na identifikáciu konkrétneho zariadenia alebo užívateľa webovej stránky. Išlo o tzv. marketingové a neskôr aj analytické cookies. Na spracúvanie osobných údajov prostredníctvom spomínaných cookies súborov je potrebný súhlas užívateľa webovej stránky. Výnimkou sú technické cookies⁸¹, ktoré nemajú schopnosť identifikovať užívateľa webovej stránky a sú potrebné pre jej správne fungovanie (napr. zabezpečenie prihlásenia do užívateľského konta na e-shope). V takomto prípade sa nevyžaduje súhlas užívateľa webovej stránky. Na ich využívanie je postačujúce, ak prevádzkovateľ webovej stránky vopred užívateľa len upozorní o ich použití.

Jednou z najčastejších situácií v rámci ktorej sa na základe súhlasu dotknutej osoby spracúvajú osobné údaje je prevádzkovanie webových stránok. Zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov, rovnako ako zákon č. 351/2011 Z. z. nemá zadanú žiadnu predpísanú formu súhlasu so spracovaním osobných údajov (naďalej sa využíva tzv. „cookie lišta“). Zaviedol však prvky platného súhlasu⁸² (viď obrázok nižšie), ktorými sprísnil

⁷⁸ Pre potreby analýzy sa pod pojmom prevádzkovateľ web stránky rozumie prevádzkovateľ e-shopu.

⁷⁹ Pre potreby analýzy sa pod pojmom užívateľ web stránky rozumie užívateľ e-shopu.


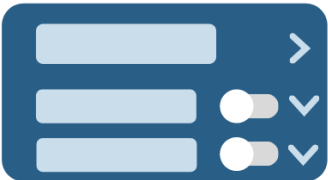


⁸⁰ <https://www.lemonweb.sk/blog/dodrzujujete-cookie-zakon-je-na-case>

⁸¹ Rovnako ani zákon č. 351/2011 Z. z. o elektronických komunikáciách nevyžadoval súhlas pri technickom uložení údajov alebo prístupu k nim.

⁸² Usmernenie 05/2020 k súhlasu podľa nariadenia 2016/679



podmienky prístupu k informáciám (resp. osobným údajom) uloženým v koncovom zariadení užívateľa webovej stránky.

<p style="text-align: center;">Slobodný</p>  <p>Užívateľ webovej stránky musí mať možnosť voľby, s ktorým účelom súhlasí a s ktorým nie. Súhlas môže byť spojený do jedného napr. prostredníctvom možnosti „prijat' všetko“ za podmienky, že užívateľ webovej stránky má k dispozícii aj spomínanú voľbu medzi jednotlivými účelmi spracovania cookies súborov.</p>	<p style="text-align: center;">Konkrétny</p>  <p>Spracovanie osobných údajov prostredníctvom cookies súborov len na účely, o ktorých bola dotknutá osoba informovaná a s ktorými súhlasila.</p>
<p style="text-align: center;">Informovaný</p>  <p>Užívatelia webových stránok musia vedieť s čím súhlasia. Preto informácie musia byť formulované jednoznačne. Poskytovanie základných informácií tomuto užívateľovi webových stránok musí byť vopred, t. j. pred získaním jeho súhlasu. Rovnako aj možnosť samotného súhlasu tohto užívateľa musí byť jednoznačná. Možnosť „Rozumiem“ sa nepovažuje za jednoznačnú z dôvodu, že takýto užívateľ nemusí mať vedomosť o tom, že pri jej potvrdení udeľuje súhlas.</p>	<p style="text-align: center;">Jednoznačný prejav vôle</p>  <p>V prípade predvolených (preškrtnutých) možností, ktoré musí užívateľ webovej stránky zmeniť, ak nesúhlasí so spracovaním daných osobných údajov (tzv. súhlas založený na mlčaní) nie je považovaný za súhlas v súlade s predmetným zákonom. Možnosť „prijat' všetko“ za vyššie uvedených podmienok je považovaná za jednoznačný prejav vôle.</p>

Zdroj: SBA, spracované na základe Usmernenie 05/2020 k súhlasu podľa nariadenia 2016/679

Spracovávanie osobných údajov na základe zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov nie je založené na podmienke tzv. cookie lišty. Povinnosťou prevádzkovateľa webovej stránky je len uviesť na webovej stránke zásady spracovania osobných údajov. Pri spracovávaní osobných údajov prostredníctvom súhlasu je podmienkou, aby súhlasy so spracovaním osobných údajov boli evidované a preukázateľné pre potreby dozorného orgánu. Z tohto dôvodu sa najčastejšie využíva spomínaná cookie lišta.

Okrem toho **povinnosťou prevádzkovateľa webovej stránky** podľa zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov je **splnenie si tzv. informačnej povinnosti**. Zatiaľ čo súhlas dotknutej osoby pri návšteve webovej stránky je povinný prevádzkovateľ webovej stránky získať pri spracovaní analytických a marketingových cookies, splnenie informačnej povinnosti zo strany prevádzkovateľa webovej stránky je nevyhnutné pri všetkých druhoch cookies.



Podľa Nariadenia GDPR v čase jeho prijatia v roku 2018 boli technické (resp. funkčné) cookie spracovávané na základe tohto nariadenia (nebol potrebný súhlas)⁸³. Spracovanie analytických cookies si nevyžadovalo súhlas, alebo postačujúci bol oprávnený záujem (potreba len informovať o spracovaní osobných údajov). Marketingové cookies bolo možné spracovávať podľa predmetného nariadenia len so súhlasom užívateľa webovej stránky. V tom istom období plánované Nariadenie ePrivacy (ktoré nebolo v čase spracovávania analýzy schválené a má naďalej podobu smernice) prišlo s návrhom, že cookie lišty potrebný súhlas užívateľa webovej stránky nebudú zabezpečovať, ale postačujúce bude nastavenie webového prehliadača, na základe ktorého užívateľ webovej stránky nastavil spôsob spracovávania osobných údajov prostredníctvom cookies súborov. Podľa Úradu na ochranu osobných údajov v Európe tak bolo postačujúce, aby bol užívateľ pri návšteve webovej stránky informovaný o spracovaní cookies a súhlas bol odvodený na základe nastavenia príslušného webového prehliadača. Neskôr začal Úrad na ochranu osobných údajov v Európe opätovne vyžadovať zobrazovanie cookie lišty, pričom na spracovanie analytických cookie súborov nepostačoval oprávnený záujem, ale bol potrebný súhlas.⁸⁴

Prijatím nového zákona č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách, ktorý nahradil pôvodný zákon č. 351/2011 Z. z. o elektronických komunikáciách sa za preukázateľný súhlas s ukladaním alebo získavaním prístupu k informáciám uloženým v koncom zariadení užívateľa webovej stránky nepovažuje nastavenie webového prehliadača užívateľa webovej stránky.

Nový zákon o elektronických komunikáciách v porovnaní s pôvodným zákonom zavádza v prípade porušenia zákonných povinností sankcie na úrovni od 200 EUR do 10 % z obrátu.

Jedným z dôvodov zrušenia zákonného súhlasu v podobe nastavenia webového prehliadača je aj fakt, že takýto spôsob súhlasu sa neuvádza v Nariadení GDPR.

Prístup k informáciám (resp. osobným údajom) uloženým v koncovom zariadení užívateľa webovej stránky prostredníctvom tzv. cookies súborov je zabezpečovaný (v podmienkach SR) v súlade so zákonom č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách, v súlade s Nariadením Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov („Nariadenie GDPR“), v súlade so zákonom č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES týkajúcou sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií („Smernica ePrivacy“).

Výsledkom prijatia zákona č. 18/2018 Z.z. o ochrane osobných údajov a zákona č. 452/2021 Z.z. o elektronických komunikáciách (ktorý nahradil pôvodný zákon 351/2011 Z. z.) je úprava (resp. sprísnenie) podmienok získavania prístupu k informáciám uloženým v koncovom zariadení užívateľa webovej stránky. Na základe uvedených zmien prevádzkovateľ webovej stránky:

⁸⁴ Dostupné online: <https://www.pavelungr.cz/jak-na-cookie-listu-v-roce-2022-prace-s-cookies-v-roce-2022-saga-pokrakuje-petra-dolejsova/>



- je povinný splniť informačnú povinnosť
- je povinný zabezpečiť prvky platného súhlasu dotknutej osoby (užívateľa webovej stránky) so spracovaním jej osobných údajov pri návšteve webovej stránky
- nie je oprávnený pokladať za súhlas dotknutej osoby (užívateľa webovej stránky) so spracovaním jej osobných údajov prostredníctvom cookie súborov nastavenie webového prehliadača alebo iného počítačového programu
- podlieha zavedeniu sankcií v prípade porušenia zákonných povinností (v predchádzajúcom zákone 351/2011 Z. z. o elektronických komunikáciách nebola zavedená výška sankcií, ale na základe nového zákona č. 452/2021 Z.z. o elektronických komunikáciách je na úrovni od 200 EUR do 10 % z obratu)⁸⁵
- má povinnosť “primeranej“ doby uchovávanía osobných údajov dotknutej osoby pre účely priameho marketingu

Obrázok č. 1: **Spracovanie osobných údajov na základe súhlasu prostredníctvom cookies súborov s dôrazom na elektronický obchod v podmienkach SR (od 01.02.2022)**



Zdroj: SBA, Vlastné spracovanie

⁸⁵ V nariadení Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov („Nariadenie GDPR“) je definovaná sankcia vo výške 4 % z obratu.



Nasledujúca infografika prezentuje vybrané oblasti regulačnej záťaže prevádzkovateľov e-shopov v podmienkach SR. Reflektujú na prijaté iniciatívy v oblasti elektronického obchodovania na úrovni EÚ za posledné obdobie a tiež na legislatívne zmeny súvisiace s elektronickým obchodovaním v podmienkach SR účinné od roku 2021.

Informovanosť spotrebiteľa



Zákon č. 22/2004 Z. z.

- Informačná povinnosť e-shopu
- Uzatváranie zmlúv prostredníctvom elektronických zariadení

Predaj, výmena a vrátenie tovaru



Zákon č. 102/2014 Z. z.
Zákon č. 250/2007 Z. z.

- Lehota na vrátenie tovaru (14 dní)
- Odstúpenie od zmluvy (služby, elektronický obsah nedodávaný na hmotnom nosiči)
- Neprijateľné podmienky v spotrebiteľských zmluvách
- Podmienky poplatkov za používanie platobných prostriedkov
- Reklamácia a reklamačný poriadok (napr. v súvislosti s lehotou doručenia tovaru spotrebiteľovi)

Platba za tovar a doručenie tovaru



Zákon č. 324/2011 Z. z.
Zákon č. 492/2009 Z. z.

- Platba na dobierku
- Viac stupňová autentifikácia používateľa platobnej karty

DPH pri cezhraničnom predaji



Zákon č. 222/2004 Z. z.

- Limit hodnoty dodaní tovarov a digitálnych služieb bez dane v rámci EÚ
- Osobitný režim DPH (One Stop Shop) v súvislosti s miestom odoslania tovaru v rámci EÚ
- Elektronické komunikačné rozhranie ako zdaniteľná osoba pri predaji tovaru na diaľku dovážaného z tretích krajín

Ochrana osobných údajov



Zákon č. 18/2018 Z. z.
Zákon č. 452/2021 Z. z.

- Uplatňovanie práv spotrebiteľov pri získavaní a spracovaní ich osobných údajov
- Povinnosti a zodpovednosť prevádzkovateľov (e-shopov) pri spracovaní osobných údajov spotrebiteľov
- Zavedenie sankcií (od roku 2018)
- Prenos osobných údajov do tretích krajín a medzinárodných organizácií
- Sprísnené podmienky získavania prístupu k informáciám (resp. osobným údajom) uloženým v koncovom zariadení užívateľa na základe súhlasu

Predaj špecifických tovarov



Zákon č. 2019/1996 Z. z.
Zákon č. 377/2004 Z. z.

- Overovanie veku pri predaji a doručovaní alkoholických nápojov alebo tabakových výrobkov

Zdroj: SBA, Vlastné spracovanie



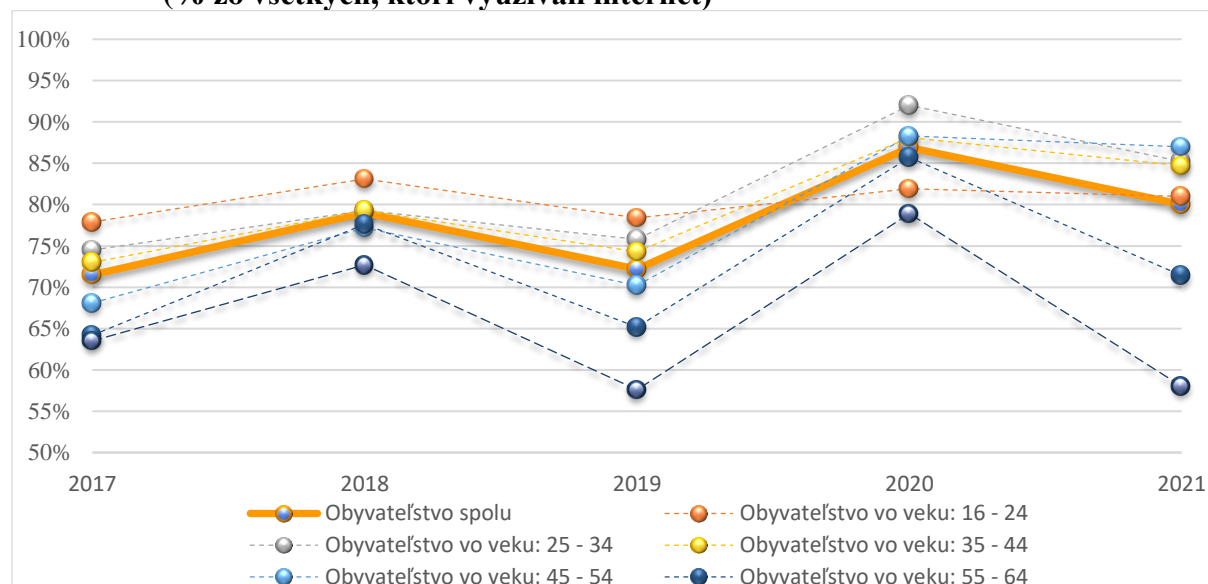
3 Ukazovatele e-commerce MSP s dôrazom na elektronický obchod (e-shop)

Spotrebiteľské správanie na Slovensku bolo za posledné roky ovplyvnené využívaním informačno-komunikačných technológií.

3.1 Vývoj a správanie dopytovej strany trhu e-commerce

Kým v roku 2017 deklarovalo vyhľadávanie informácií v posledných troch mesiacoch o tovaroch a službách asi 71,5 % obyvateľov Slovenska, v roku 2021 to bolo už 80 % obyvateľov. Môžeme vidieť, že najvýraznejší nárast nastáva počas krízového roka 2020, ktorý je spôsobený najmä vplyvom pandémie COVID – 19. Veľmi výrazný nárast vyhľadávania tovarov a služieb na internete môžeme pozorovať v roku 2020 pri všetkých vekových kategóriách, avšak veľmi výrazný je najmä pri vyšších vekových kategóriách. Rok 2020 však prehĺbil trend, ktorý trvá už od roku 2017 a znamená rast vyhľadávania informácií a zmeny maloobchodného správania spotrebiteľov. Napriek poklesom v roku 2019 a 2020 je strednodobý trend mierne rastúci a počet vyhľadávajúcich informácie o tovaroch na internete rastie. Práve pri osobách nad 55 rokov, vzrástlo vyhľadávanie tovarov na internete v roku 2020 zo 64 % na 85% v roku 2020, resp. pri kategórii 65 + zo 63 % na takmer 79 %. Pandémia a kríza spojená so zatvorením veľkej časti maloobchodu donútila aj vyššie vekové kategórie vyhľadávať informácie na internete (a teda môžeme predpokladať aj zvýšenie nákupného správania). Napriek tomu sa však správanie najstaršej časti populácie v roku 2021 vrátilo na pôvodné úrovne, pri kategórii 55 ročných vidíme menší pokles. Staršia časť populácie sa preto po skončení uzávery obchodov vrátila k svojim starým nákupným zvykom.

Graf č. 1: Využívanie internetu pre osobnú potrebu na uvedené aktivity v priebehu posledných troch mesiacov - vyhľadávanie informácií o tovaroch a službách (% zo všetkých, ktorí využívali internet)



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR

Vývoj počtu používateľov internetu vyhľadávajúcich informácie o tovaroch a službách v podmienkach Slovenskej republiky má mierne stúpajúci charakter. Podľa údajov

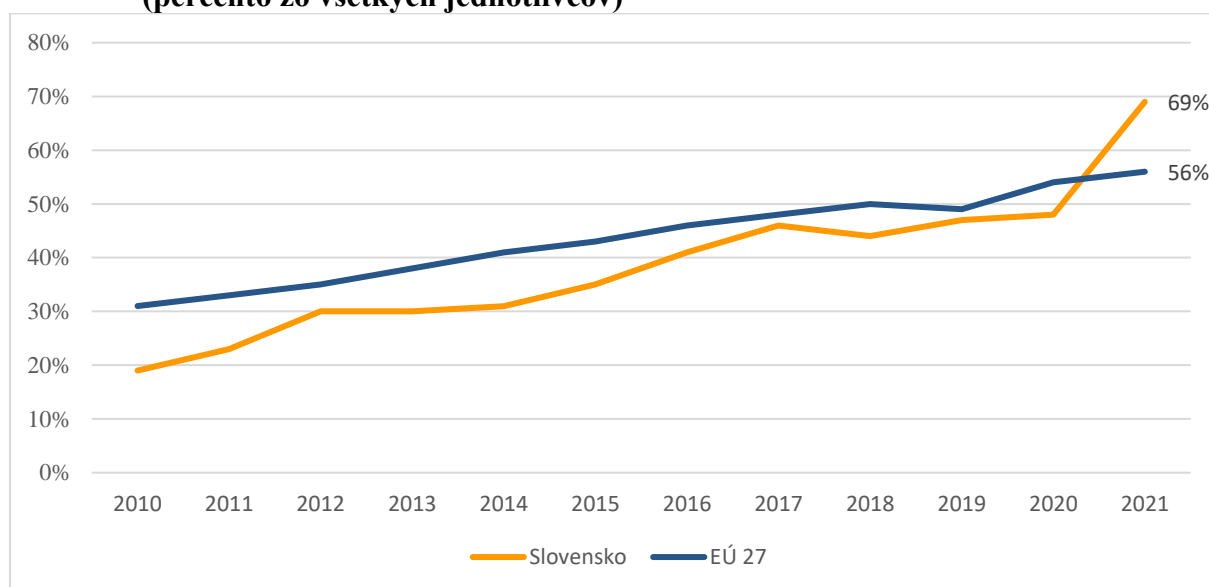


Štatistického úradu SR informácie o tovaroch a službách vyhľadáva asi 80 % používateľov internetu.

Za posledných desať rokov mal podiel nakupujúcich tovary a služby prostredníctvom internetu cyklický (nerovnomerný) vývoj. Podľa údajov Eurostatu tvorili z celkového počtu používateľov internetu na Slovensku v roku 2021 takmer 70 % zastúpenie nakupujúci prostredníctvom internetu. Ide o najvyššie zastúpenie sledovanej skupiny za posledných desať rokov, pričom do značnej miery tieto údaje ovplyvnila pandémia COVID - 19.⁸⁶

Zatiaľ čo v roku 2010 deklarovalo nákup cez internet iba necelých 20 % používateľov internetu, v roku 2020 išlo o 48 % používateľov. Pandémia COVID-19 a zatvorená časť maloobchodných prevádzok viedla k nárastu podielu nakupujúcich online medziročne zo 48 % v roku 2020 na úroveň 69 % v roku 2021. Prvýkrát v SR počas sledovaného obdobia dosiahlo percento nakupujúcich cez internet nadpriemernú úroveň v rámci EÚ-27.

Graf č. 2: Podiel nakupujúcich online v posledných 3 mesiacoch, porovnanie SR a EÚ (percento zo všetkých jednotlivcov)



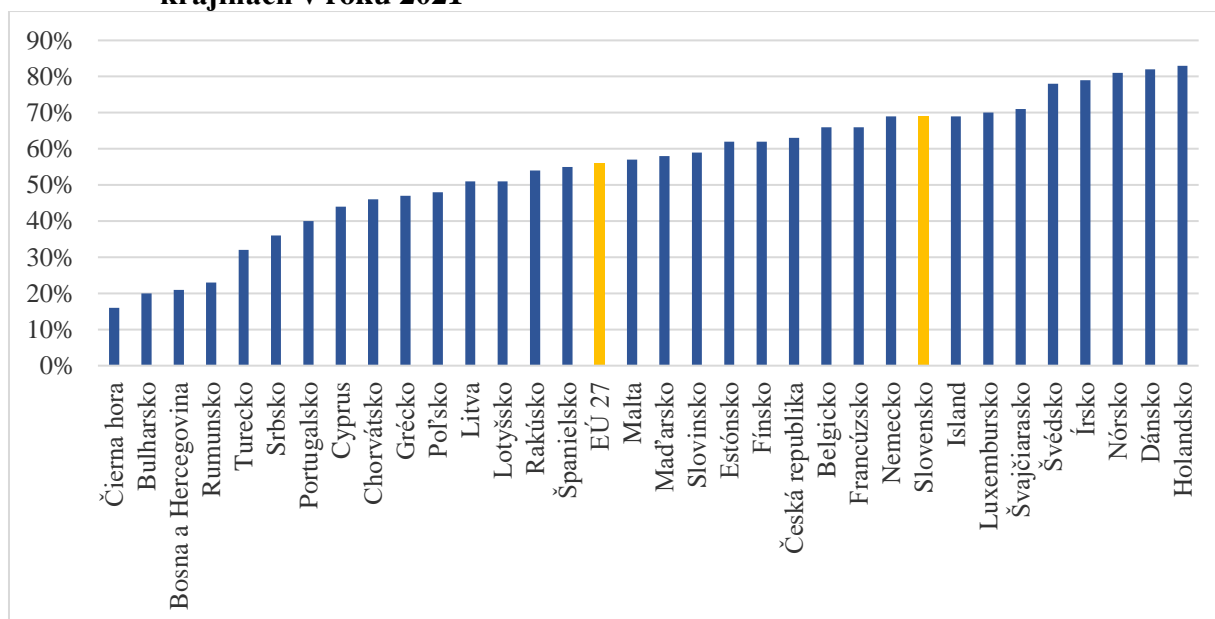
Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Slovensko dosahuje v porovnaní s priemerom EÚ- 27 vyšší podiel používateľov nakupujúcich online. Medzi krajiny s najvyšším podielom sledovanej skupiny používateľov internetu patrí Holandsko, Dánsko, Nórsko a Írsko. Naopak, najnižšie zastúpenie nakupujúcich cez internet dosahuje podľa údajov Eurostatu Čierna hora, Bulharsko, Bosna a Hercegovina a Rumunsko.

⁸⁶ Percento nakupujúcich online za posledné tri mesiace



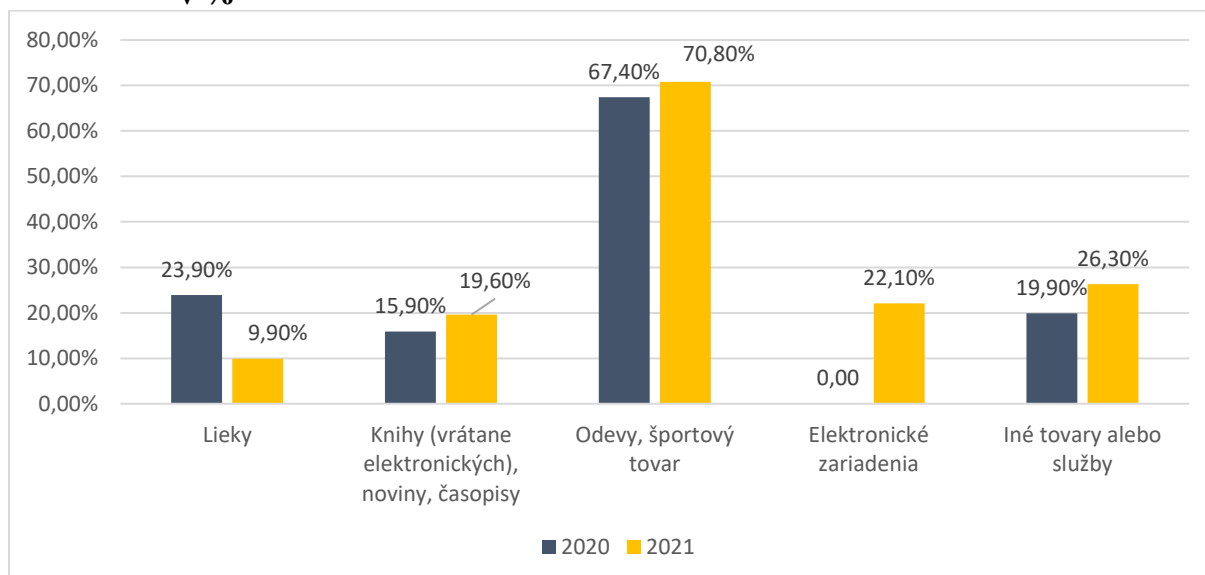
Graf č. 3: Podiel nakupujúcich v posledných troch mesiacoch online vo vybraných krajinách v roku 2021



Zdroj: SBA na základe Eurostatu

V minulosti sa sledovalo nákupné správanie jednotlivcov za obdobie posledných 12 mesiacov. Od roku 2020 sa sleduje ich podiel už len za posledné tri mesiace. Táto zmena má dopad na namerané údaje. V roku 2021 preto napríklad nákup odevov a športového tovaru deklarovalo 70,8 % respondentov.

Graf č. 4: Podiel nákupov jednotlivých tovarov slovenských spotrebiteľov, ktorí nakupovali cez internet v posledných 3 mesiacoch (porovnanie 2020 a 2021) v %



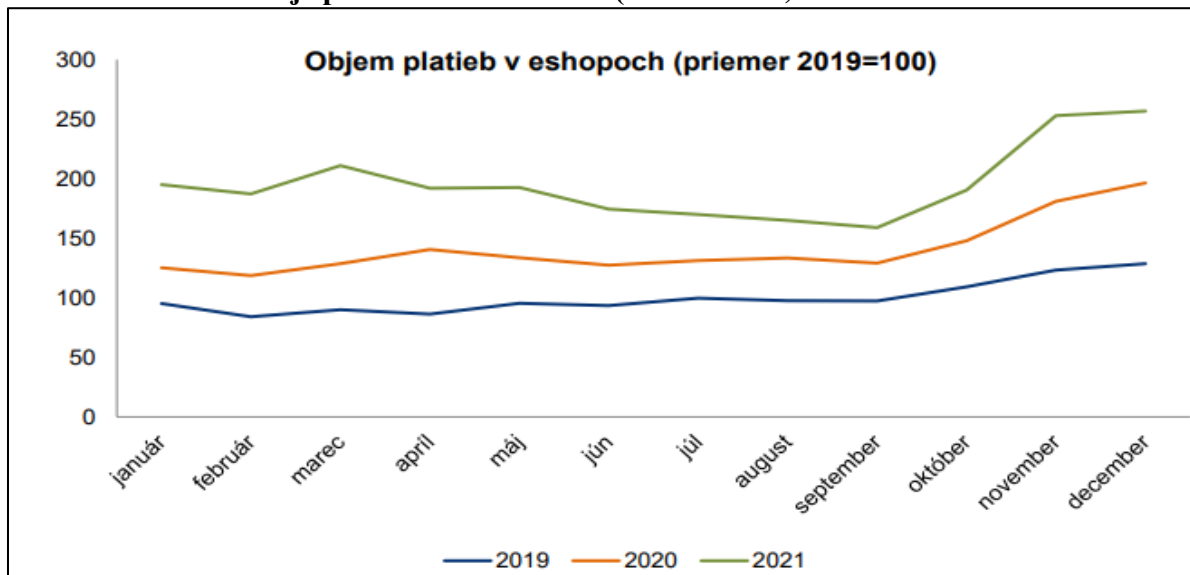
Zdroj: Štatistický úrad SR

Výsledky obchodovania a objem platieb môžeme analyzovať napríklad na základe údajov Slovenskej sporiteľne. Na základe prezentovaných údajov vzrástol objem platieb v roku 2021 v porovnaní s rokom 2020 o asi 25 %. Rast objemu platieb je evidovaný aj v roku 2021 oproti



rokom 2019 a 2020. V roku 2019 tiež vidíme nárast ku koncu roka, ktorý mohol byť ťahaný silnejším dopytom v predvianočnom období.

Graf č. 5: **Objem realizovaných platieb v rámci e-shopov (mil. EUR) podľa údajov Slovenskej sporiteľne za obdobie (2019 – 2021) v SR**



Zdroj: Slovenská sporiteľňa, 2021

V jednotlivých rokoch môžeme vidieť rôzne zmeny správania spotrebiteľov počas roka. Najvyšší objem platieb je evidovaný ku koncu daného roka v mesiacoch november a december. Zatiaľ čo v roku 2019 dochádza k miernemu nárastu, nárast v roku 2020 a 2021 bol veľmi strmý o viac ako 50 mil. EUR medzimesačne. V rokoch 2020 a 2021 vidíme výraznejší nárast objemu platieb v období marec až apríl, čo je dôsledok uzatvorených maloobchodných prevádzok počas veľkonočných sviatkov. Okrem toho, väčšina internetových nákupov je však podľa SLSP realizovaných u zahraničných predajcov (asi 57 %).

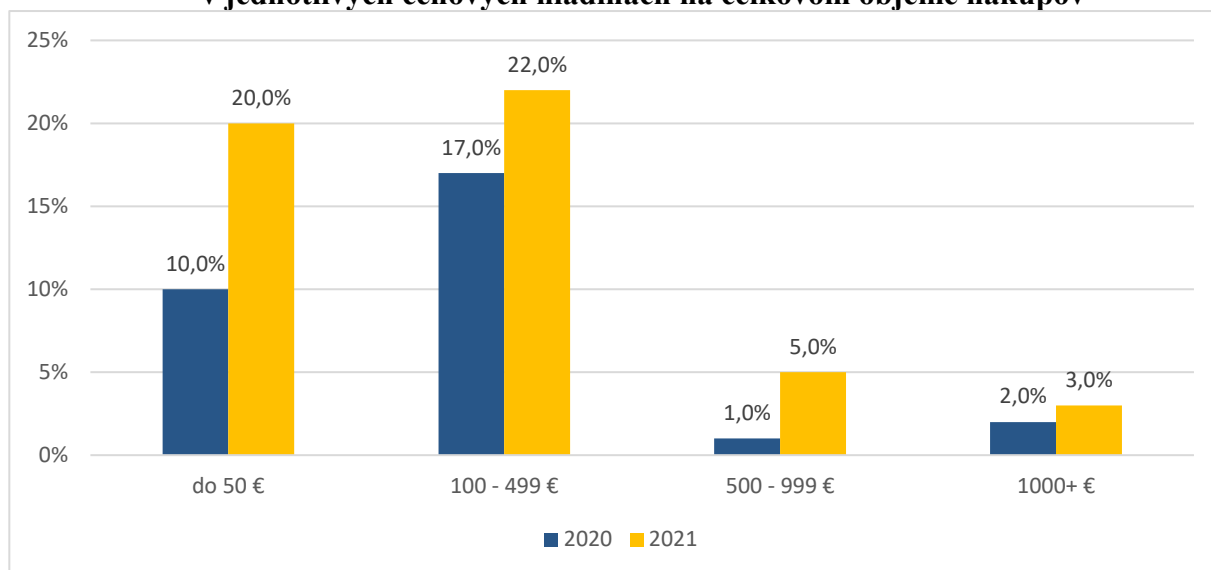
Podobné nákupné správanie potvrdzujú aj údaje slovenského portálu zameraného na porovnanie cien - Heuréka. Objem realizovaných platieb sa v roku 2021 znížil na 19 %, pričom však v prvom štvrtroku 2021 objem nákupov prostredníctvom e-shopov vzrástol o 65 %. Práve prvý štvrtrok 2021 znamenal veľmi zásadné obmedzenie maloobchodného predaja v SR. V ďalších kvartáloch podľa portálu Heuréka dosiahol rast 5 až 8 % oproti roku 2020. Najvyšší rast predaja tovarov nastal v kategórii „oblečenie a móda (34%)“, dom a záhrada (31%), nábytok (30 %), kozmetika a zdravie (27 %) a jedlo a nápoje (24 %).⁸⁷

Údaje o nákupnom správaní prostredníctvom e-commerce v populácii vieme verifikovať aj prostredníctvom dát z Eurostatu. V roku 2021, oproti roku 2020 vzrástli pomery nakupujúcich v posledných troch mesiacoch podľa výšky objemu nákupu vo všetkých kategóriách. Podľa údajov Eurostatu výrazne viac nakupujúcich realizuje väčší objem nákupov v cenovej hladine do 1000 EUR (5 % oproti 1 % nakupujúcich v roku 2020), ale tiež stúpol podiel nakupujúcich v kategórii nad 1000 EUR.

⁸⁷ <https://e.dennikn.sk/minuta/2678571>



Graf č. 6: Štruktúra objemov nákupov slovenských spotrebiteľov v e-shopoch v jednotlivých cenových hladinách na celkovom objeme nákupov



Zdroj: SBA na základe údajov Eurostatu

Z hľadiska európskeho porovnania jednotlivých krajín najväčšie sumy mňajú v e-shopoch občania Nórska, Islandu a Fínska. Naopak, najnižšie sumy občania Albánska, Rumunska, či Bulharska. Podľa údajov Eurostatu občania týchto krajín len v minimálnych počtoch nakupujú väčšie nákupy nad 1000 EUR prostredníctvom online nákupov (na základe realizácie nákupov v posledných troch mesiacoch). Občania Slovenska sa radia k miernemu nadpriemeru EÚ a podobné správanie z hľadiska výšky nákupov majú občania Českej Republiky či Slovinska.

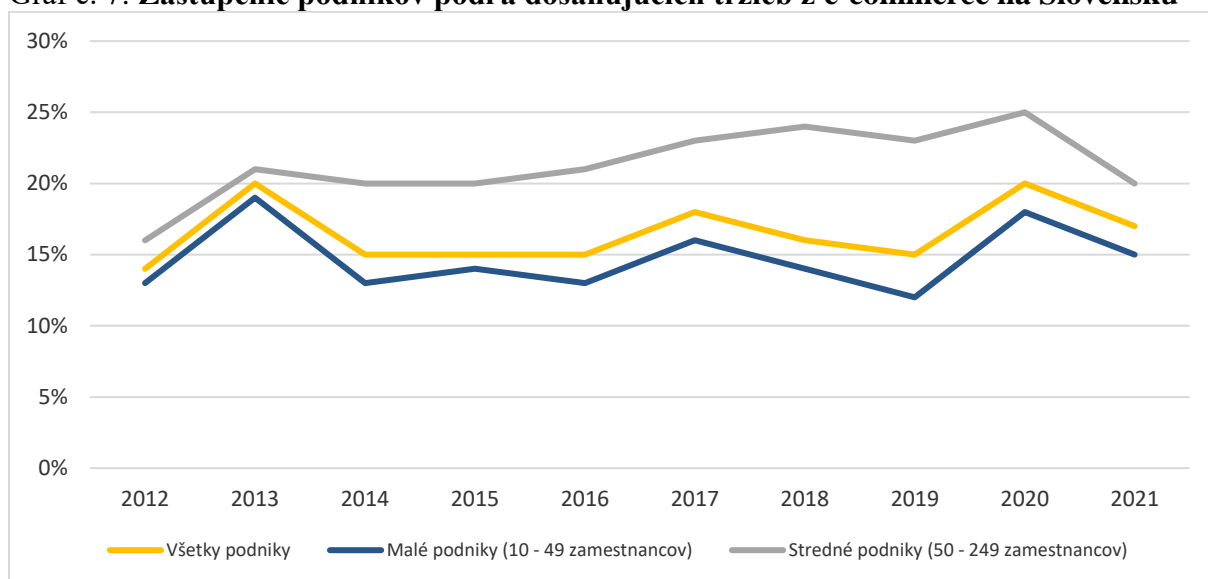
Z týchto údajov vyplýva, že nákupné správanie spotrebiteľov je rôzne, a to či už z hľadiska veku, ale tiež z hľadiska objemu nákupov. Sektor e-commerce poskytuje preto širší priestor na členenie jednotlivých e-shopov podľa rôznych druhov a zamerania na jednotlivé cieľové skupiny.

3.2 Vývoj ponukovej strany e-commerce

Práve zmena na strane dopytu a väčší podiel nakupujúcich je v priamej súvislosti s rozvojom ponukovej strany trhu a teda rozvojom elektronického obchodovania. Podľa údajov Eurostatu, v roku 2021 dosahovalo 17 % slovenských podnikov tržby z elektronickej formy predaja, pričom najvýraznejšie sa to prejavilo za sledované obdobie v roku 2020 (20 %). Trend rastu e-commerce v období pred pandémiou sa dal pripísať najmä technologickému rozvoju. Veľký nástup smartfónov umožnil širokým vrstvám obyvateľstva nakupovať prakticky odšadiaľ. Zjednodušili sa tiež internetové platby a nakupovanie sa stalo viac „user friendly“. Pandémia COVID – 19 a uzatvorenie prevádzok sú zodpovedné za nárast v rokoch 2020 a zvýšené zastúpenie podnikov s e-commerce v roku 2021.



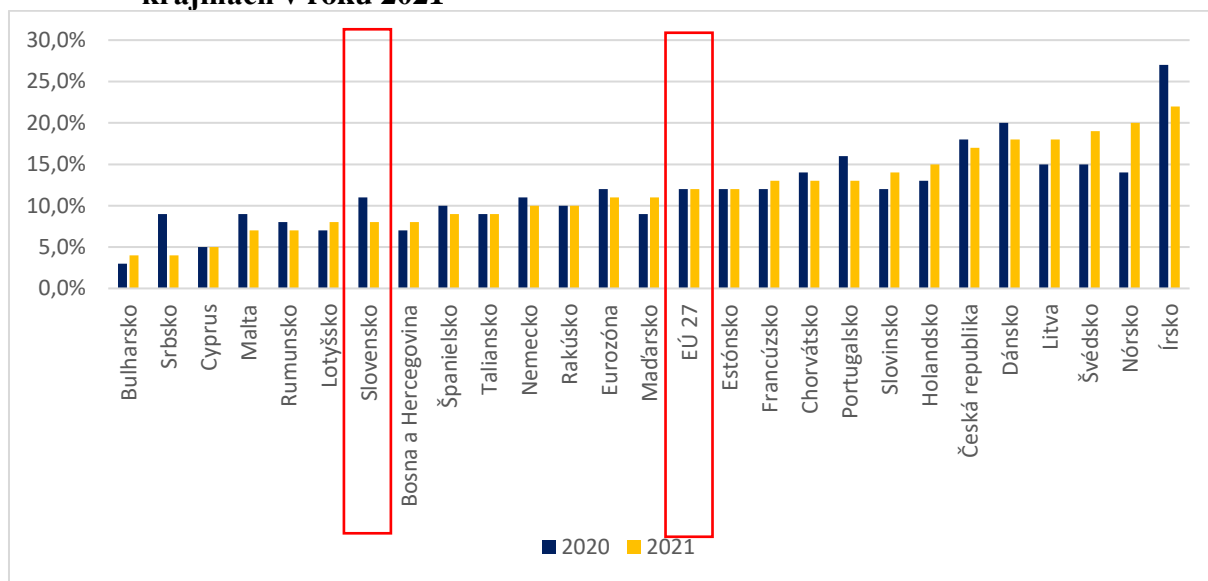
Graf č. 7: Zastúpenie podnikov podľa dosahujúcich tržieb z e-commerce na Slovensku



Zdroj: SBA na základe údajov Eurostatu

Podľa údajov Eurostatu boli príjmy MSP (vyjadrené percentom z obratu) prostredníctvom elektronického predaja v roku 2021 najvyššie v Írsku (až 22 %), Nórsku (20 %) a Švédsku (19 %). Slovensko v porovnaní s priemerom EÚ-27 dosahovalo v spomínanom období podpriemerné zastúpenie MSP s uvedenými príjmami (8 %). Naopak, najnižšie zastúpenie spomínaných MSP je na Cypre (5 %) v Srbsku (4 %) a Bulharsku (4 %). Celkový rast príjmov v e-commerce v roku 2020 je možné vyhodnotiť ako vplyv pandémie a zatvorených prevádzok. Rok 2021 potvrdzuje pokles, práve v súvislosti s poklesom počtu prijatých opatrení voči prevádzkam.

Graf č. 8: Percento obratu dosiahnuté v MSP prostredníctvom e-commerce vo vybraných krajinách v roku 2021

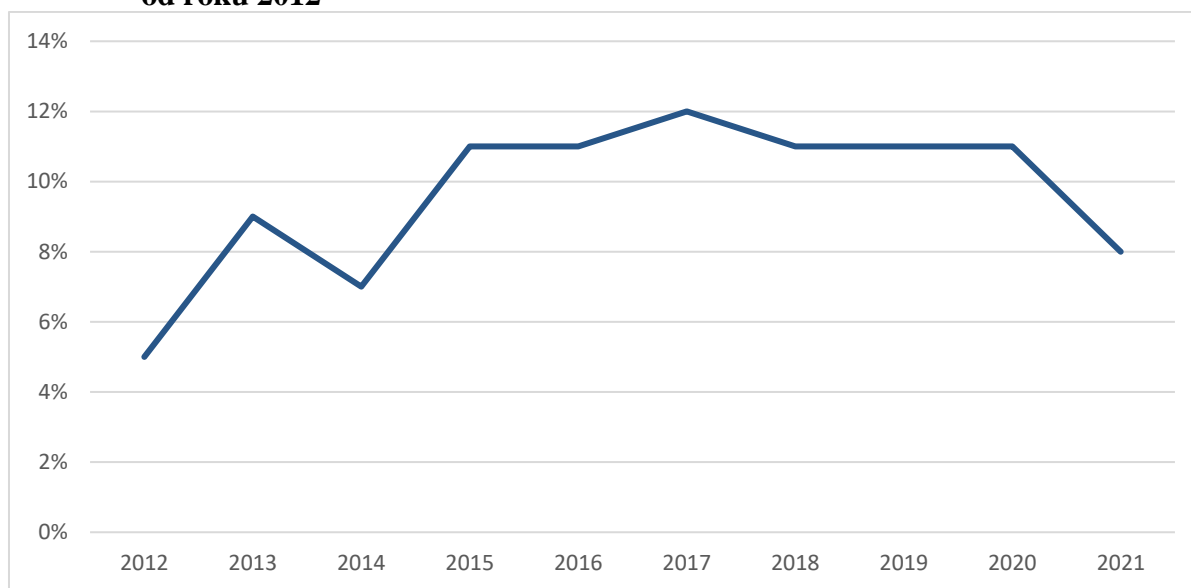


Zdroj: SBA na základe údajov Eurostatu



Technologický rozvoj, nástup smartfónov, rozvoj mobilného internetu a bankových inovácií znamenal, že hodnota e-commerce MSP od roku 2012 do roku 2017 kontinuálne rástla. Výnimkou je rok 2014, kedy poklesla a dosiahla menej ako 8 % obratu, nasledujúci rok však e-commerce zaznamenalo ďalší rast. Dôvodov pre rast e-commerce je viacero. Vo všeobecnosti sa uvádza najmä technologický pokrok, kedy častejšie nakupujúci nakupujú prostredníctvom smartfónu a nie je nutné využívať už len počítač.

Graf č. 9: Percento obratu dosiahnuté v MSP prostredníctvom e-commerce na Slovensku od roku 2012

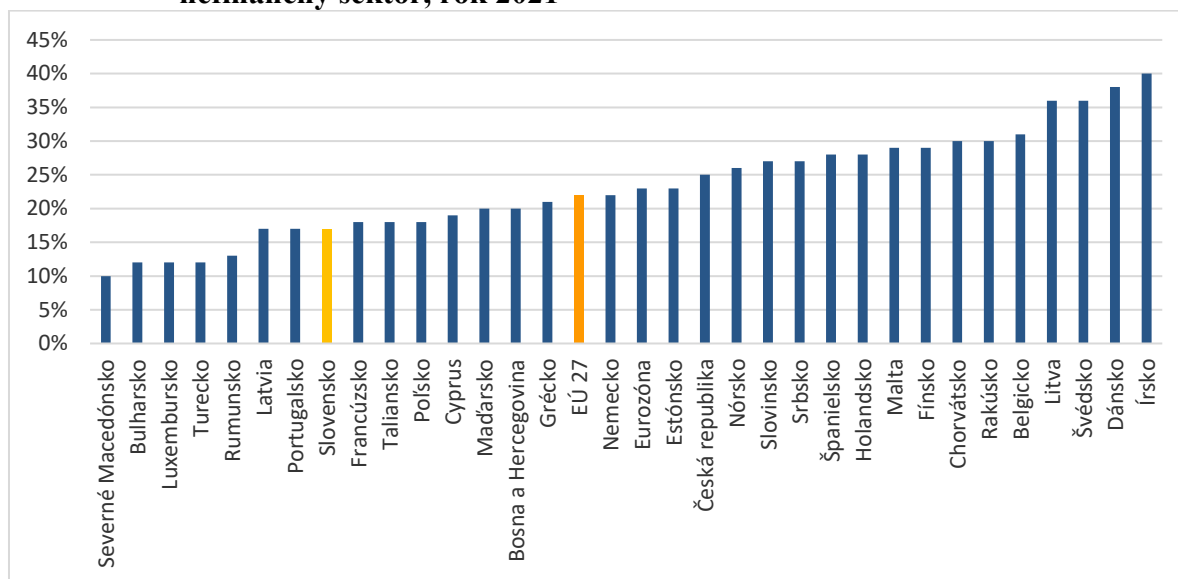


Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Napriek pandémie COVID-19 došlo podľa údajov Eurostatu v roku 2021 k poklesu obratu slovenských MSP z e-commerce o 1 p. b. Príčinou poklesu je nielen odznenie lockdownu a návrat spotrebiteľov ku kamenným prevádzkam, ale taktiež vyššia inflácia, ktorá sa v roku 2021 začala postupne prejavovať na spotrebiteľskom správaní širších vrstiev obyvateľstva. Taktiež nestabilná geopolitická situácia, najmä v súvislosti s vojnou na Ukrajine môže znamenať zmenu v spotrebiteľskom správaní obyvateľstva a zvýšenú opatrnosť. Napriek vyššie spomenutému faktoru, že Slováci nakupujú v priemere cez internet častejšie ako občania iných krajín, podiel podnikateľov, ktorí prevádzkujú elektronický obchod je na Slovensku v porovnaní s priemerom EÚ-27 nižší.



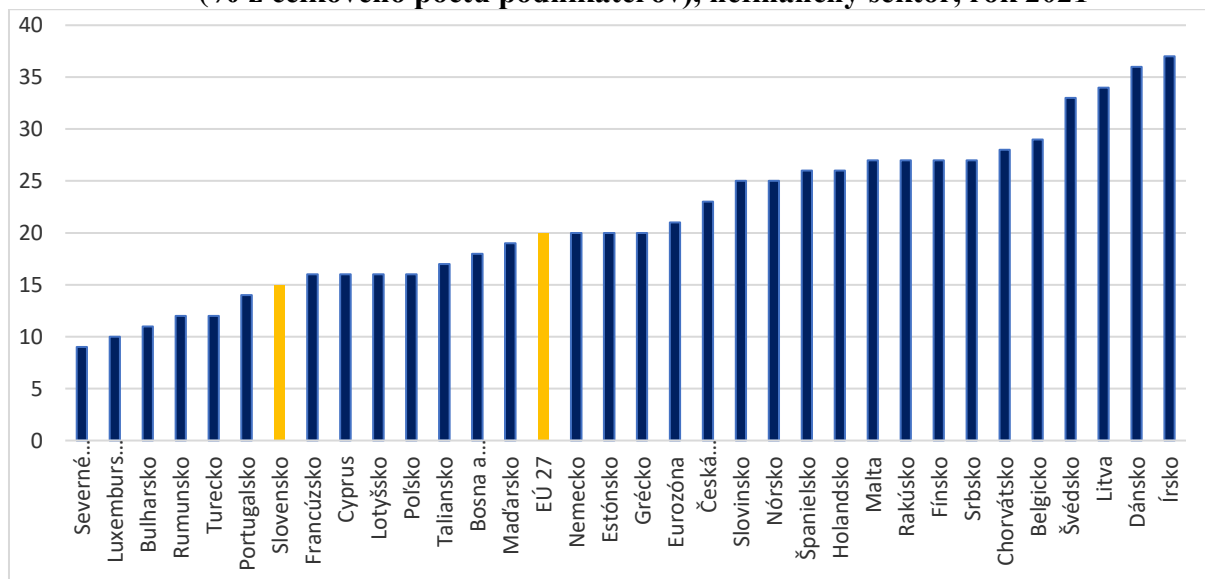
Graf č. 10: Podiel podnikateľov s e-commerce (% z celkového počtu podnikateľov), nefinančný sektor, rok 2021



Zdroj: SBA, na základe výsledkov Eurostatu

Z celkového počtu podnikateľov predávajúcich online na Slovensku, tvorili malí podnikatelia v roku 2021 17 %. V porovnaní s priemerom EÚ-27 (20 %) dosahujú podpriemerné zastúpenie. Krajiny ako Írsko (40 %), Dánsko (38 %) a Litva (36 %) dosahujú/dosahovali v spomínanom roku najvyššie zastúpenie malých podnikateľov prevádzkujúcich elektronický obchod. Malí podnikatelia na Slovensku do značnej miery stále nechápu a nedoceňujú dôležitosť online predaja. Niektoré typy maloobchodného predaja (napríklad lokálne mäsiarstvo a pod.) nie sú prioritne ani vhodné na predaj prostredníctvom e-commerce sféry. Napriek tomu sa aj do tejto sféry postupne dostávajú inovácie, pričom napríklad predaju v maloobchodných prevádzkach a lokálnych prevádzkach môžu pomôcť platformy zdieľanej ekonomiky.

Graf č. 11: Podiel malých podnikateľov (10 – 49 zamestnancov) s e-commerce (% z celkového počtu podnikateľov), nefinančný sektor, rok 2021

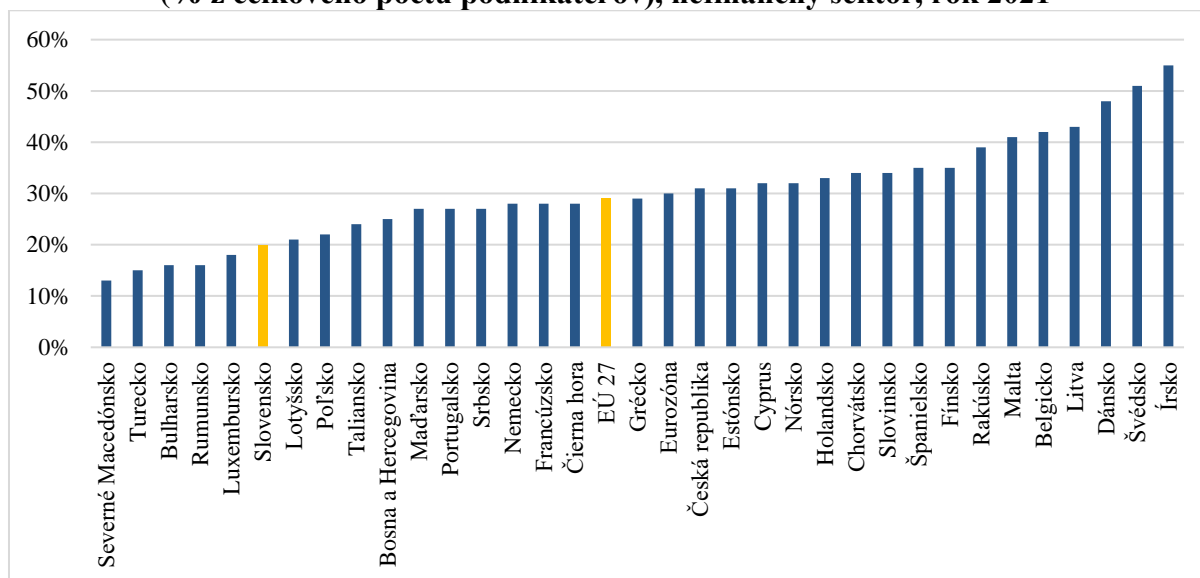


Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu



Rovnako aj podiel stredne veľkých slovenských podnikateľov prevádzkujúcich elektronický obchod (20 %) dosahuje podpriemerné zastúpenie v porovnaní s priemerom EÚ-27. (29 %). Medzi krajiny s najvyšším podielom spomínaných podnikateľov patria Írsko (55 %), Švédsko (51 %) a Dánsko (48 %).

Graf č. 12: Podiel stredne veľkých podnikateľov (50 - 250 zamestnancov) s e-commerce (% z celkového počtu podnikateľov), nefinančný sektor, rok 2021



Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

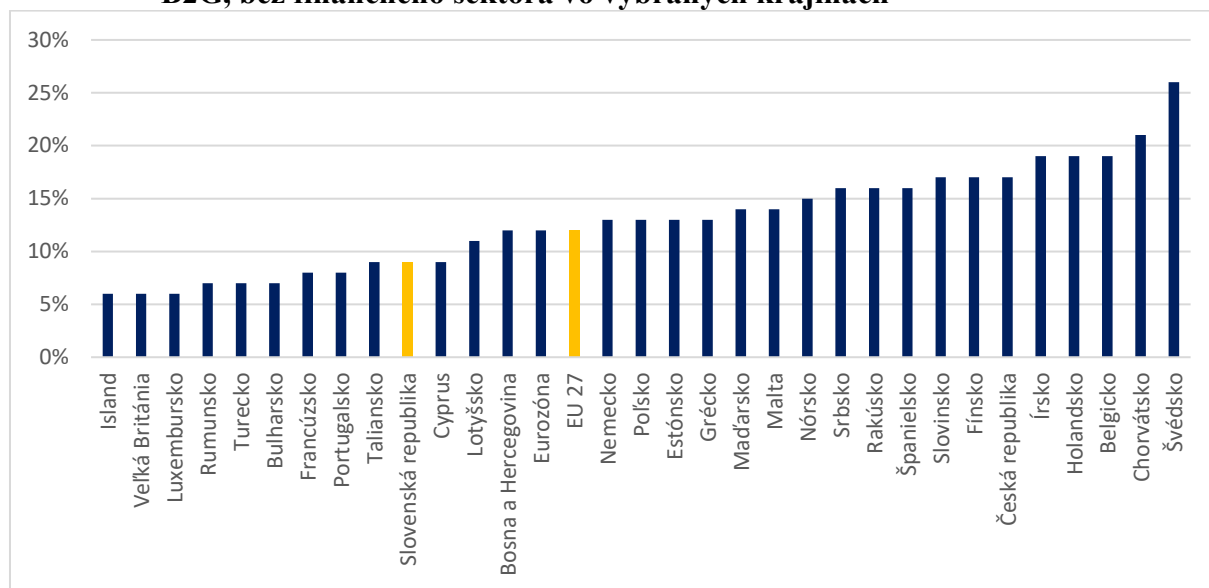
Prezentované výsledky indikujú, že existuje veľký priestor na rast e-commerce služieb v budúcnosti. Pandémia COVID-19 podporila rozvoj elektronického obchodovania, ktorý však už dlhodobo rástol. Napriek tomu návrat ľudí k bežným nákupným zvyklostiam znamenal pokles a návrat na predošlé úrovne.

Ako sme už spomenuli v prvej kapitole, existuje viacero modelov elektronického obchodovania. Preto je dôležité tiež porovnanie podnikov, ktoré predávajú formou B2B alebo B2G. Dáta Európskeho štatistického úradu umožňujú porovnanie výsledkov podnikov, ktoré realizujú e-commerce prostredníctvom formy B2B a B2G.

Slovenská republika sa aj v tomto ukazovateli umiestňuje z hľadiska hodnotenia MSP pod úrovňou európskeho priemeru. Slovensko v roku 2021 dosiahlo priemer MSP, ktoré uskutočňujú webový predaj prostredníctvom B2G alebo B2B na úrovni 8 %, pričom európsky priemer je 12 %. Premiantom v tomto smere je Litva, kde je to až 26 % MSP.



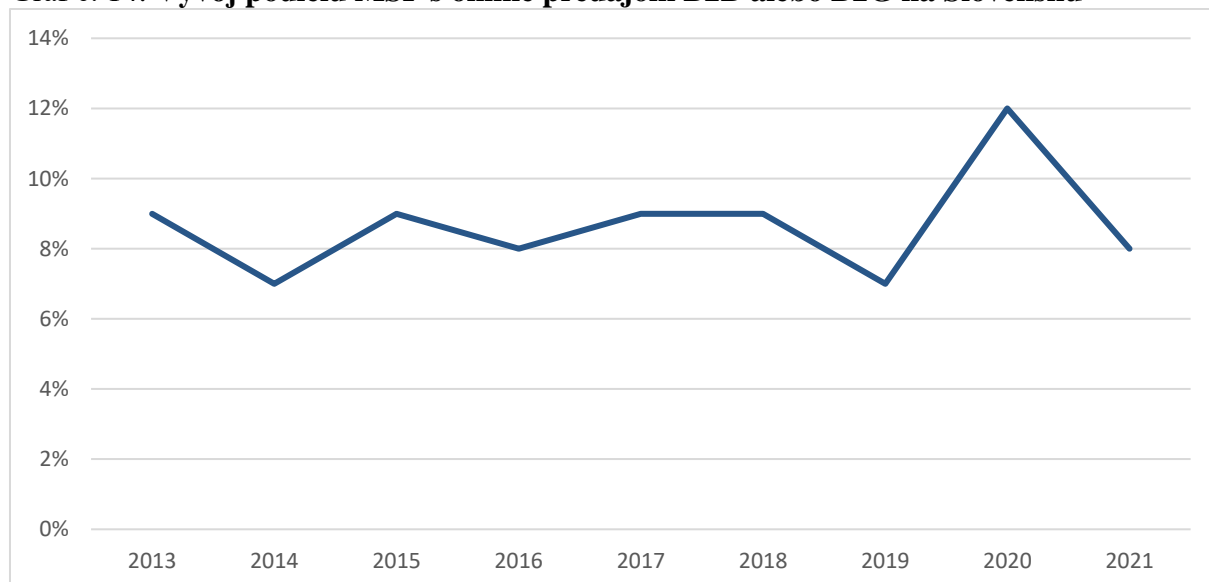
Graf č. 13: Podiel MSP s online predajom s web tržbami dosiahnutými formou B2B alebo B2G, bez finančného sektora vo vybraných krajinách



Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Aj pri tejto forme (B2B alebo B2G) predaja môžeme pozorovať, že sa podiel predaja zvýšil najmä v roku 2020. V roku 2021 nastáva prudký pokles. Dôvodom nárastu v roku 2020 sú proti pandemické opatrenia v súvislosti s koronakrízou, v roku 2021 je však zrušenie týchto opatrení dôvodom poklesu.

Graf č. 14: Vývoj podielu MSP s online predajom B2B alebo B2G na Slovensku



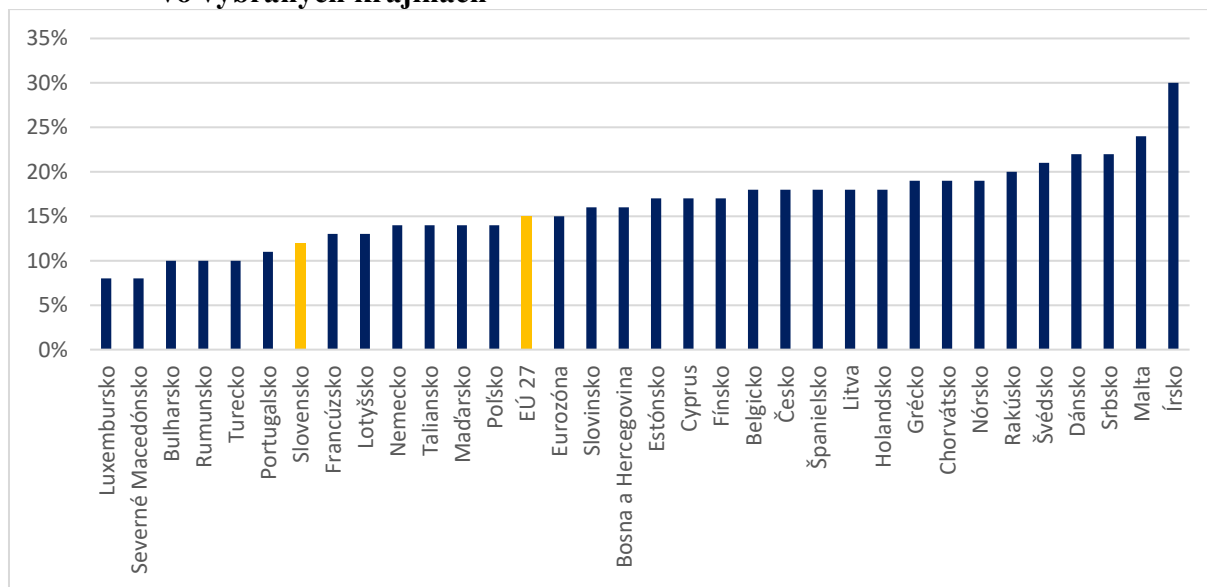
Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu



Namerané hodnoty v roku 2020 znamenajú, že podiel bol až 12 %, čo značí, že existuje priestor na rast pre slovenské MSP aj v obchodovaní prostredníctvom modelu B2B a B2G.

Percento MSP, ktoré ponúkajú svoj biznis prostredníctvom e-commerce na báze modelu B2C je vyššie, avšak napriek tomu zaostáva za európskymi krajinami. V roku 2021 takýto model uplatňovalo 12 % MSP, pričom európsky priemer dosiahol 15 %.

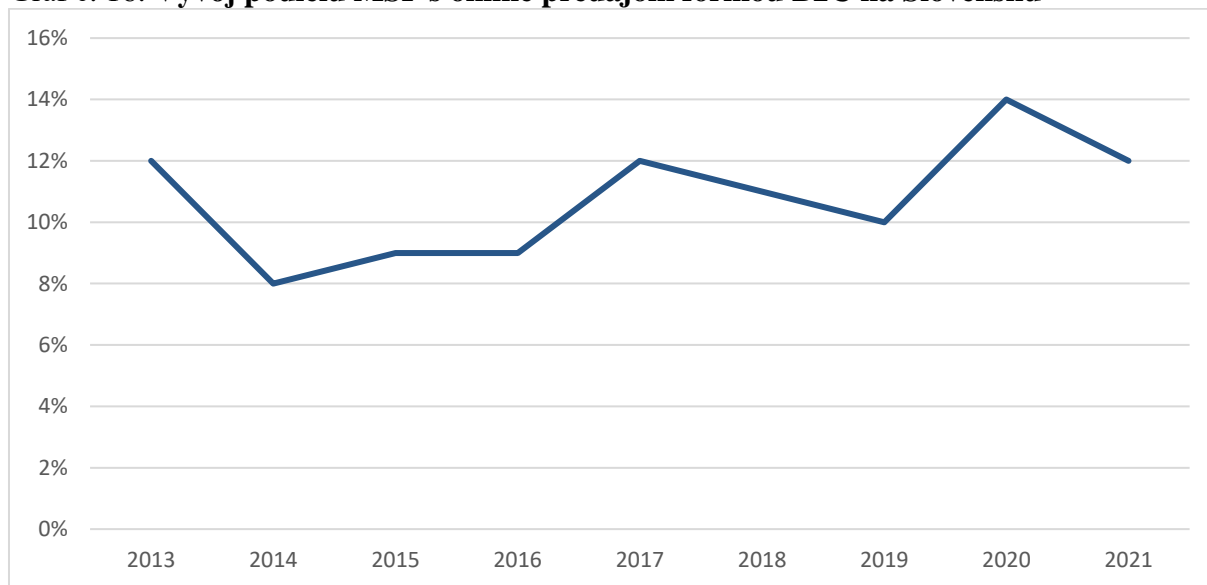
Graf č. 15: Podiel MSP, ktoré využívajú obchodovanie prostredníctvom modelu B2C vo vybraných krajinách



Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Najvyššie dosiahnuté percento zaznamenávame v Írsku (30 %), na Malte (24 %) a v Srbsku (22 %), pričom najnižší je v Luxembursku (8 %). Zo strednodobého hľadiska zároveň na Slovensku pozorujeme rast podielu MSP, ktoré obchodujú prostredníctvom modelu B2C. V roku 2020 bolo dosiahnuté maximum a to 14 %, v roku 2021 došlo k miernemu poklesu.

Graf č. 16: Vývoj podielu MSP s online predajom formou B2C na Slovensku



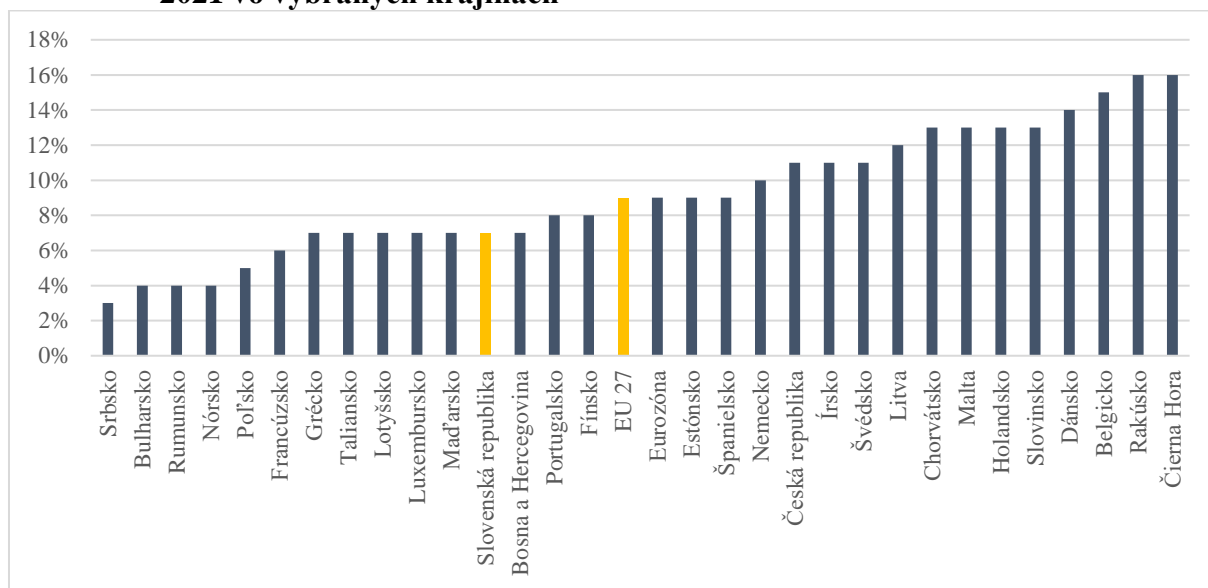
Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu



Rastový trend potvrdzujú aj výsledky spoločnosti Shoptet, ktorá hovorí o počte až 15 630 (rok 2021) internetových obchodov na Slovensku.

Slovenskí podnikatelia z radov MSP prevádzkujúci elektronický obchod zaostávajú aj v prípade predaja do zahraničia. Z celkového počtu spomínaných podnikateľov realizuje online predaj do zahraničia len 7 %, čo je v porovnaní s priemerom EÚ-27 podpriemerné zastúpenie (9 %).

Graf č. 17: **Predaj podnikov (MSP) prostredníctvom e-commerce do krajín EÚ v roku 2021 vo vybraných krajinách**



Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Ako vyplýva z grafu 17, prekvapujúcim lídrom prostredníctvom predaja do krajín EÚ prostredníctvom e-commerce je Čierna Hora a Rakúsko s podielom MSP 16 %. Namerané výsledky Slovenska sú na úrovni Maďarska, Bosny a Hercegoviny, či Talianska. Slovenský e-commerce je tak zameraný najmä na lokálny trh.

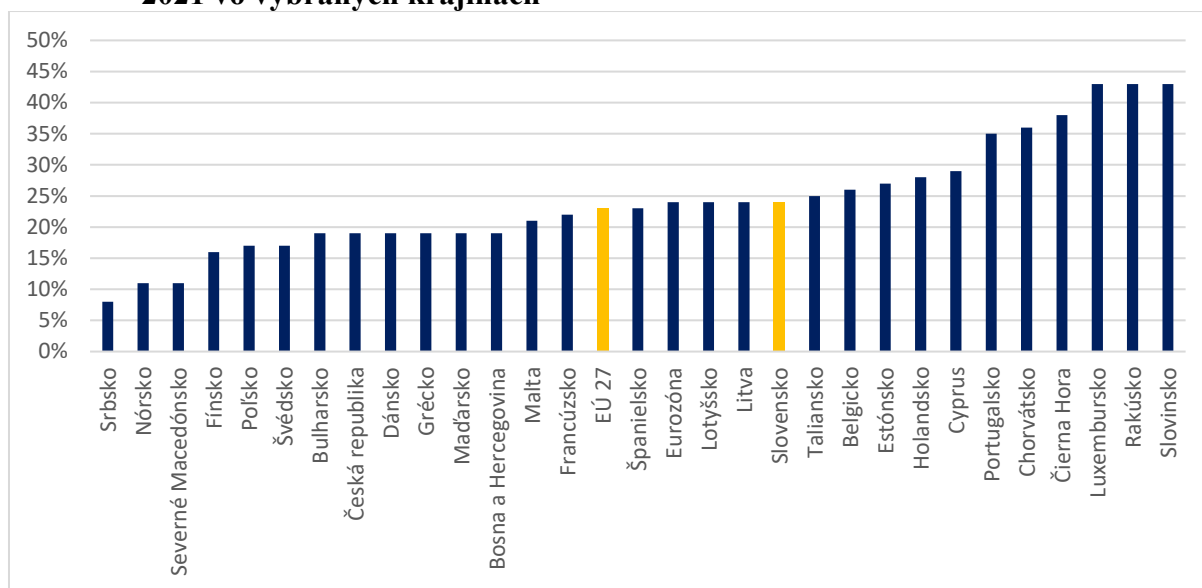
Prekážky pri e-commerce

Subjekty podnikajúce v e-commerce riešia rôzne problémy. Ako sme už spomenuli v časti venovanej legislatíve, obmedzenia pre e-shopy existujú najmä v oblasti informačných povinností, ochrane spotrebiteľa, či v doručovaní a preberaní tovaru. Všetky tieto obmedzenia majú do značnej miery spoločné subjekty e-commerce naprieč celou Európou. Niektoré údaje vyhodnocuje aj Európsky štatistický úrad. Od roku 2019 dochádza k vyhodnocovaniu ukazovateľov, ktoré sa dotýkajú najmä predaja prostredníctvom webu do ostatných krajín.

Pri predaji do krajín EÚ „žiadne problémy“ najčastejšie deklarovali MSP, ktoré predávajú prostredníctvom online predaja v Slovinsku, Rakúsku a Luxembursku. V prípade Slovenska „žiadne problémy“ deklarovalo 24% MSP, ktoré predávajú prostredníctvom online predaja. To je lepší výsledok ako v prípade krajín EÚ 27, kde „žiadne problémy“ deklarovalo v priemere len 23 % MSP, ktoré predávajú prostredníctvom online predaja.



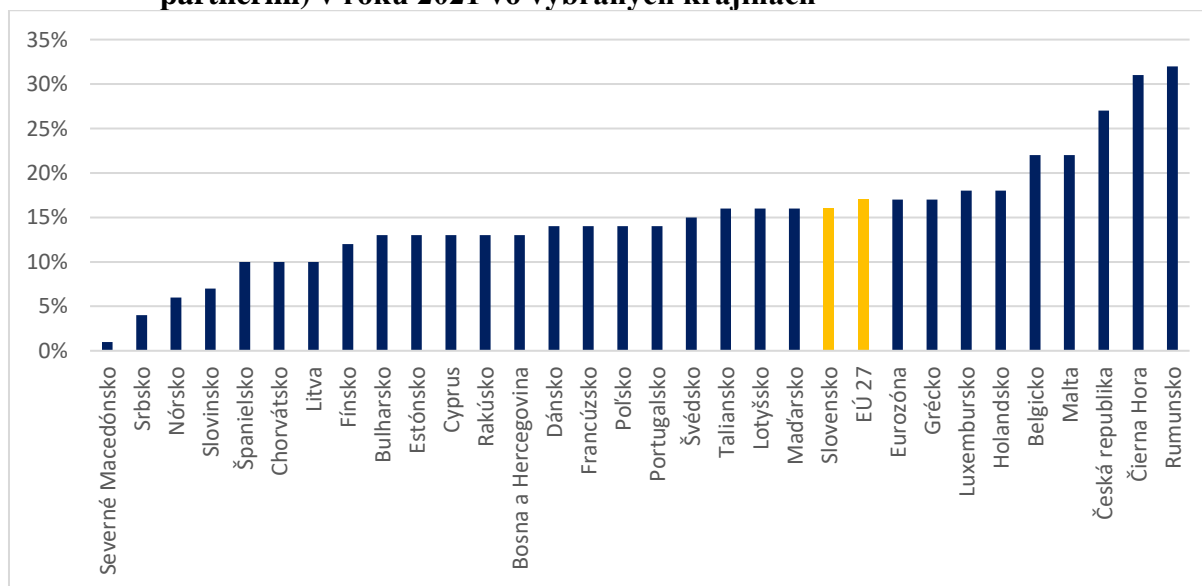
Graf č. 18: Problémy s predajom do iných krajín EÚ – odpoveď „žiadne problémy“ v roku 2021 vo vybraných krajinách



Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Na druhej strane existuje skupina problémov, ktoré MSP predávajúce online do iných EÚ krajín majú najčastejšie respondenti v Rumunsku a Čiernej Hore. Problémy v týchto krajinách deklarovalo viac ako 30 % respondentov, ktoré sú spojené s vysokými nákladmi, sťažnosťami, označovaním, jazykovou bariérou, či spoluprácou s biznis partnermi. Slovenské MSP predávajúce online deklarovali problém s predajom v 16 % prípadov, čo je približne na úrovni EÚ 27 (17 %).

Graf č. 19: Problémy s predajom do iných krajín EÚ – odpoveď „aspoň jeden problém“ (označenie, sťažnosti, náklady, jazyková bariéra, spolupráca s biznis partnermi) v roku 2021 vo vybraných krajinách



Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu



Pri podrobnejšej analýze odpovedí slovenských MSP predávajúcich online najviac spomedzi nespokojných respondentov (11 %) označilo odpoveď „Vysoké náklady na doručenie alebo vrátenie“. Veľmi časté sú tiež problémy s riešením sťažností, ako i problémy s DPH.

Tabuľka č. 7: **Reportované problémy MSP predávajúcich prostredníctvom online predaja na Slovensku pri predaji výrobkov do ostatných krajín EÚ**

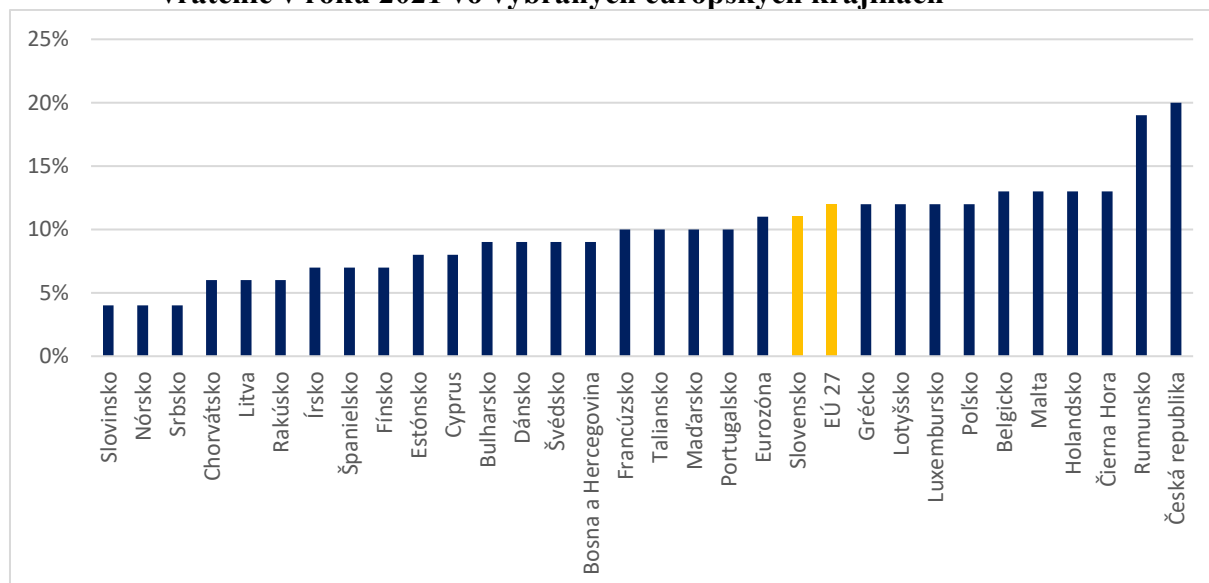
Slovenská republika	2019	2020	2021
Problémy s dodávkou do iných EÚ krajín - vysoké náklady na doručenie alebo na vrátenie	11,0%	7,0%	11,0%
Problémy s predajom prostredníctvom webu do ostatných EÚ krajín spojené s riešením sťažností	8,0%	5,0%	8,0%
Problémy s predajom prostredníctvom webu do ostatných EÚ krajín spojené s označovaním produktov	3,0%	2,0%	3,0%
Problémy s predajom prostredníctvom webu do ostatných EÚ krajín spojené s nedostatočnou znalosťou cudzích jazykov	3,0%	2,0%	5,0%
Problémy s predajom do ostatných EÚ krajín spojené s problémami s DPH v ostatných krajinách	0,0%	0,0%	7,0%

Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Ako je zrejmé aj z údajov z Tabuľky 7, k výraznejšiemu rastu došlo najmä pri problémoch s DPH, čo môže byť aj dôsledok novej legislatívy v tomto smere, taktiež v roku 2021 došlo k nárastu nespokojnosti s nákladmi na doručenie a vrátenie.

Najviac negatívne náklady na doručenie alebo vrátenie vnímajú MSP s online predajom v Českej republike. Negatívne vníma tieto náklady až 20 % respondentov v roku 2021, druhé Rumunsko zaostáva s 19 %. Najmenej negatívne naopak vnímajú náklady na doručenie respondenti v Slovinsku, Nórsku a Srbsku (4 %).

Graf č. 20: **Problémy s dodávkou do iných krajín – vysoké náklady na doručenie alebo vrátenie v roku 2021 vo vybraných európskych krajinách**



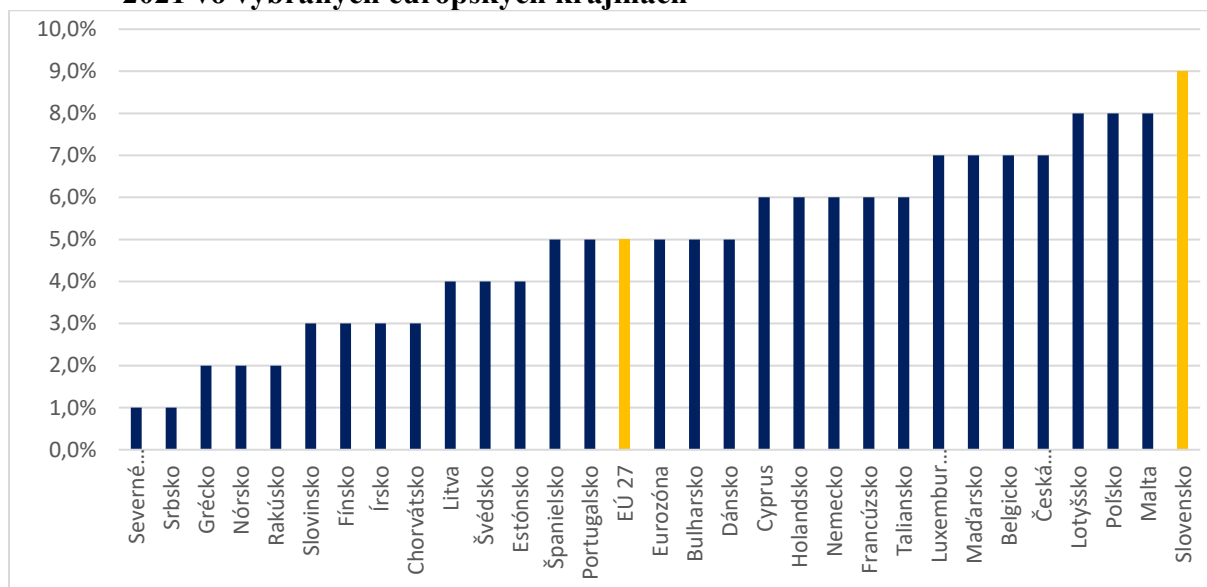
Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Slovenské MSP, ktoré obchodujú online patria medzi európsky priemer, ktorý je 12 %.



Slovenskí respondenti z radov MSP, ktorí obchodujú online boli v roku 2021 naopak, najviac nespokojnými čo sa týka riešenia sťažností pri obchodovaní s ostatnými EÚ krajinami. Slovenskí respondenti, ako sme uviedli už v Tabuľke 7 uviedli danú odpoveď v 8 % prípadov, pričom priemer krajín EÚ 27 je na úrovni 5 %.

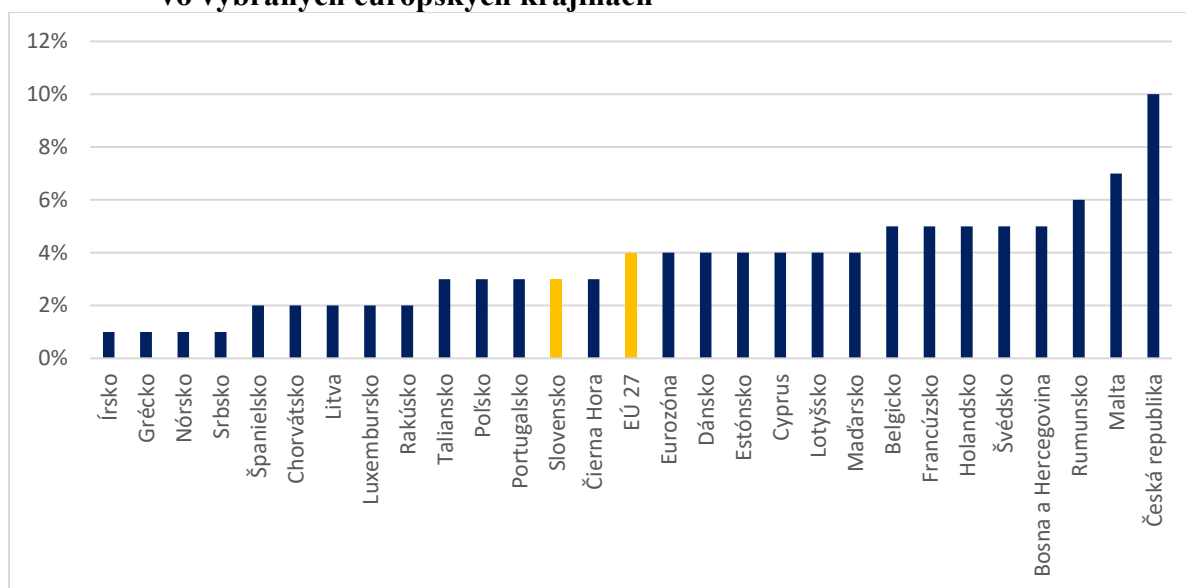
Graf 21: Problémy s dodávkou do iných krajín – sťažnosti a riešenie nezrovnalostí v roku 2021 vo vybraných európskych krajinách



Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Problémy s označovaním produktov nie sú medzi respondentami MSP predávajúcimi online v krajinách Európskej únie výrazným problémom. Najviac, až 10 % respondentov kriticky vníma označovanie produktov v Českej republike. Po Českej republike nasleduje Malta, s menej ako 8 % nespokojných respondentov z radov MSP.

Graf č. 22: Problémy s dodávkou do iných krajín – označovanie výrobkov v roku 2021 vo vybraných európskych krajinách



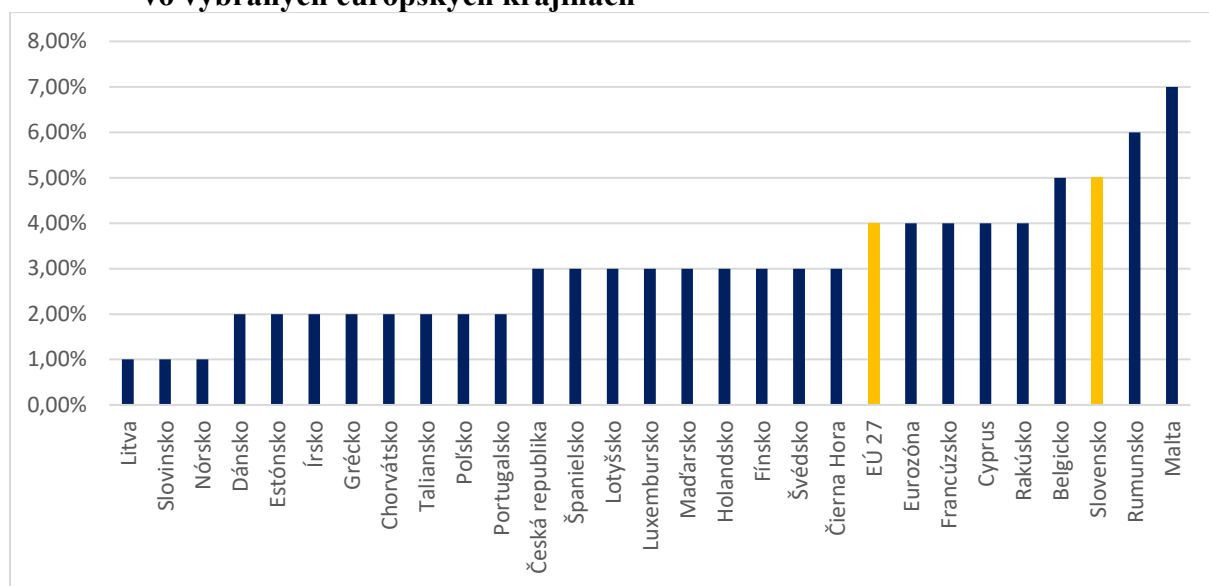
Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu



Slovensko sa nachádza medzi krajinami, ktoré dosiahli lepší výsledok ako je priemer krajín EÚ 27 (4%).

Pri predaji do iných krajín EÚ je dôležitou znalosť cudzích jazykov. Vo všeobecnosti z odpovedí respondentov sa nejaví, že znalosť cudzích jazykov by predstavovala výrazný problém pre MSP, ktoré predávajú online (v roku 2021). Najväčší problém to spôsobuje MSP na Malte (7 %) a 6 % v Rumunsku. Slovensko sa nachádza mierne nad európskym priemerom. Najmenší problém reportovali respondenti z MSP predávajúcich online v Litve, Slovinsku a Nórsku (v roku 2021)

Graf č. 23: Problémy s dodávkou do iných krajín – problém so znalosťou cudzích jazykov vo vybraných európskych krajinách



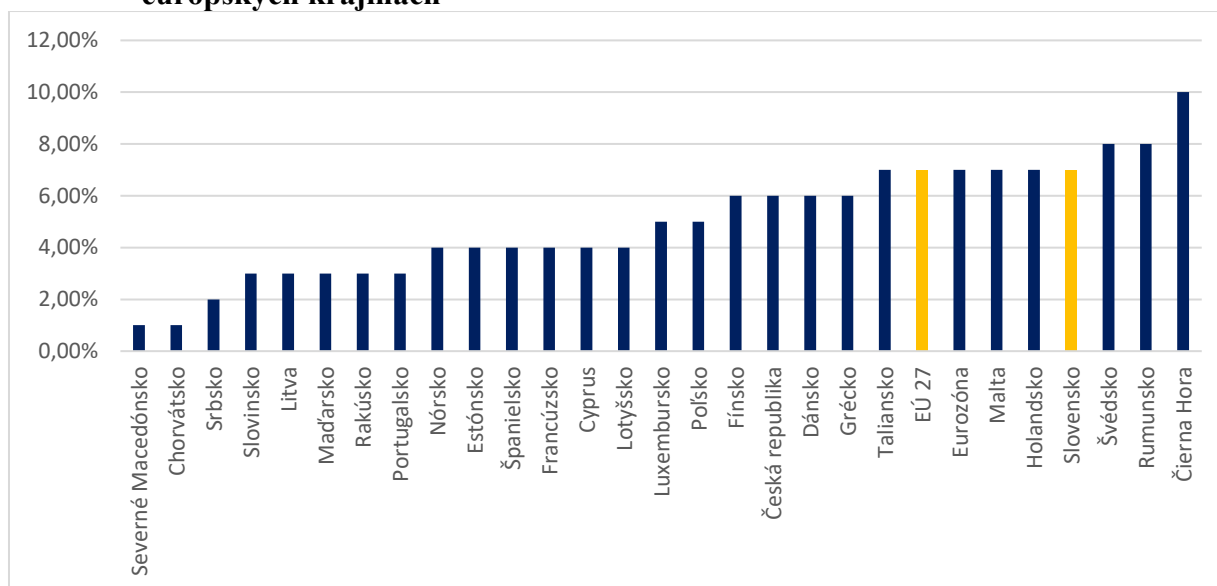
Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Poslednou oblasťou pri predaji do EÚ krajín, ktorú hodnotí aj Eurostatu je oblasť DPH. Týmto problémom sme venovali veľkú pozornosť aj pri hodnotení legislatívnych pravidiel v Kapitole 2. Avšak pri obchodovaní môže tvoriť výraznú bariéru.

Z hľadiska odpovedí respondentov sa však nejaví byť tento problém závažným. Len respondenti z radov MSP v Čiernej Hore reportovali problémy vo zvýšenej miere (10 % respondentov).



Graf č. 24: Problémy s dodávkou do iných krajín – problém spojený s DPH vo vybraných európskych krajinách

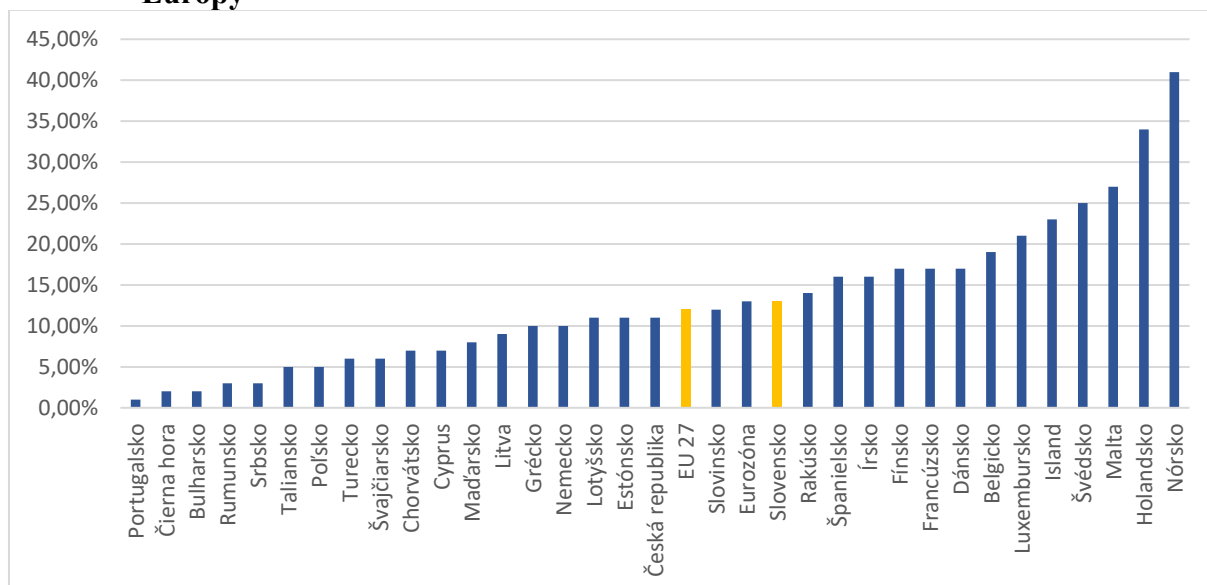


Zdroj: SBA, na základe údajov Eurostatu

Slovenskí respondenti vnímajú tento problém v 7 %, ako sme už spomínali, čo je na úrovni EÚ 27. Najmenší problém reportovali respondenti zo strany MSP predávajúcich online v Severnom Macedónsku, Chorvátsku a Srbsku.

Rýchlosť dodania predstavuje najčastejšie reportovaný problém aj spotrebiteľmi z iných európskych krajín. Slovensko sa v tomto smere radí mierne nad priemer EÚ. Najmenšiu mieru spokojnosti prejavujú občania Nórska (až 41 % spotrebiteľov), Holandska (34 % spotrebiteľov) a Malty (27 %). Najmenšie percento nespokojnosti bolo zaznamenané pri spotrebiteľoch, ktorí nakúpili cez internet v posledných troch mesiacoch v roku 2021 v Portugalsku (1%), Čiernej hore, Bulharsku (2 %) a Rumunsku (3 %).

Graf č. 25: Problém s rýchlosťou dodania z e-shopov v roku 2021 vo vybraných krajinách Európy

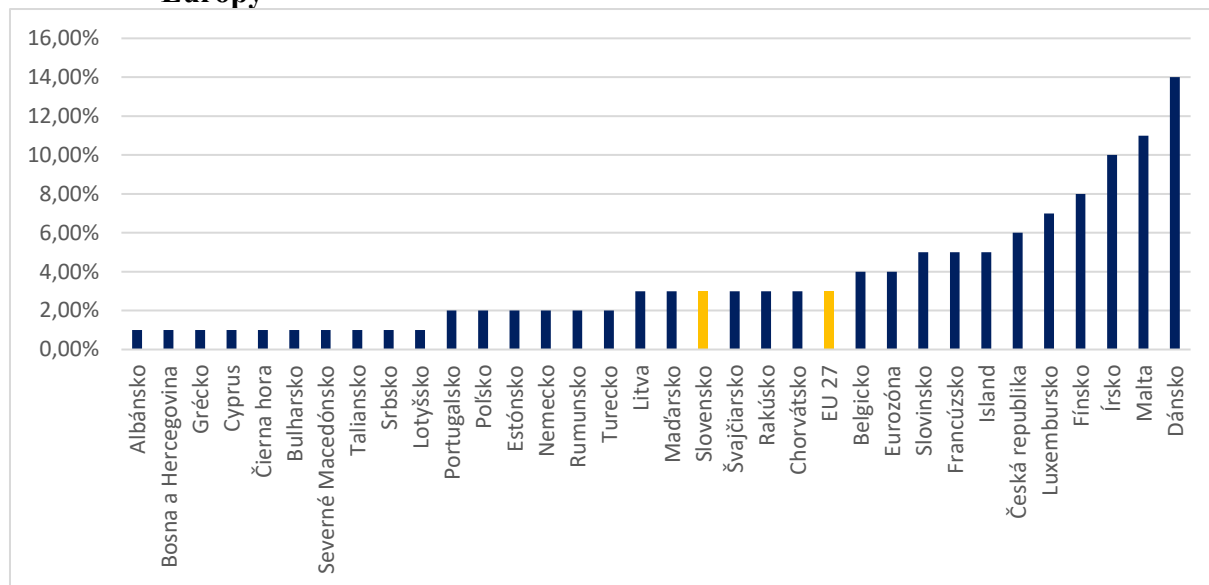


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Eurostatu



Problém s informovanosťou a právnymi predpismi majú najčastejšie Dáni (14 % nakupujúcich v posledných troch mesiacoch), 11 % na Malte, 10 % v Írsku. Slovenskí občania majú mieru problémov s informovanosťou na úrovni Európskej únie.

Graf č. 26: **Problém s informovanosťou z e-shopov v roku 2021 vo vybraných krajinách Európy**



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Eurostatu

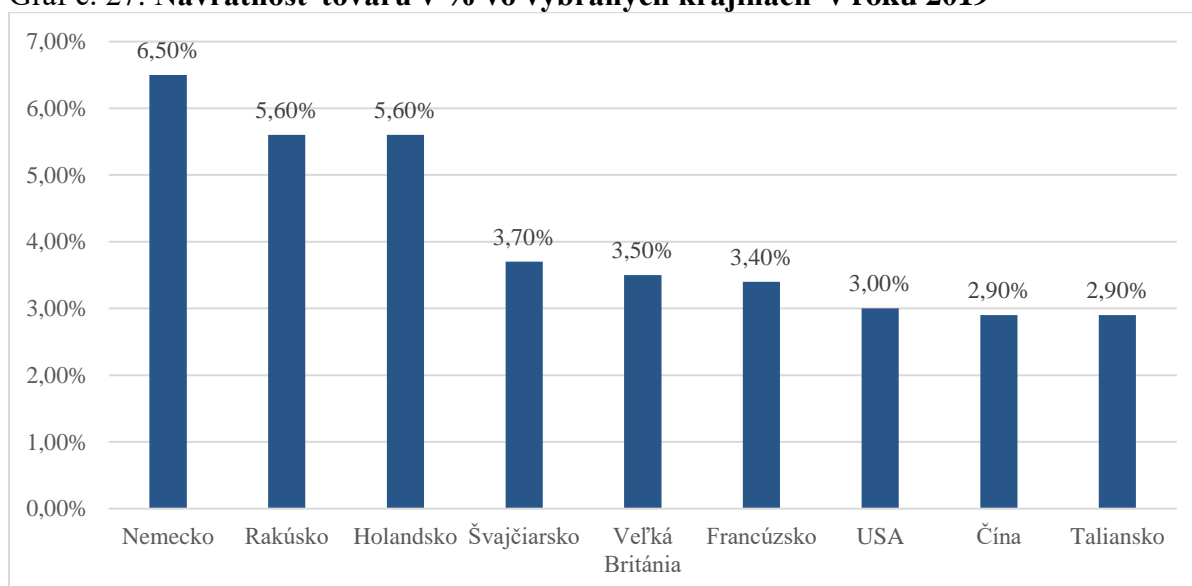
Podľa dostupných údajov objem vrátených tovarov dosahuje najvyššiu úroveň v Nemecku, Rakúsku, Holandsku, naopak najnižšiu úroveň v Taliansku.

Na základe údajov z Nemecka z roku 2018, ktoré analyzovali výskumníci na Univerzite Otta Friedricha v Bambergu hovoria o tom, že sa vrátilo asi 280 miliónov balíkov z približne 490 miliónmi položiek. Do značnej miery je však návratnosť tovaru do e-shopov v rôznych krajinách rôzna. Nemecký inštitút DIHK analyzoval návratnosť vo viacerých krajinách (Slovensko žiaľ nie je v dátach zahrnuté).

Ako sme spomenuli už v kapitole týkajúcej sa legislatívy, v rámci Európskej únie platí rovnaká doba, ktorú majú spotrebitelia na prípadné vrátenie tovaru. Vo všeobecnosti sa dá na základe údajov európskych krajín konštatovať, že miera vrátenia tovarov v zákonnej lehote bez udania dôvodu rastie a zákazníci tovary vracajú čoraz častejšie. Na základe údajov nákupného správania v Spojenom kráľovstve (ktoré má legislatívu stále značne harmonizovanú s legislatívou EÚ) vieme, že nárast v návratoch tovarov pozoruje 26 % online predajcov. Častejšie tovar vracajú mladí ľudia vo veku 25 – 34 rokov. Opäť sa dá iba predpokladať, že podobné trendy sa týkajú aj iných vyspelých krajín.



Graf č. 27: Návratnosť tovaru v % vo vybraných krajinách v roku 2019



Zdroj: <https://www.dihk.de/resource/blob/12116/8ddcf861c6a7ed13af332158e8c1953f/dihk-ibi-studie-internationaler-e-commerce-data.pdf>

Údaje z Českej republiky (za rok 2015) ukazovali výšku asi 7 % nákupov, ktoré sú predmetom vrátenia. Ako ďalej vyplýva z prieskumu Shoptet, zverejneného českými médiami, časť ľudí e-shopy doslova zneužíva a nakupuje najmä sezónne tovary za účelom špekulácie.⁸⁸ Na základe týchto údajov sa dá predpokladať, že miera vrátenia z celkového počtu nákupov prostredníctvom elektronického obchodu sa pohybuje na úrovni 4 – 7 %. Viaceré zahraničné analýzy zakladajú svoje tvrdenia na údajoch zistených z Nemecka. Keďže Nemecko môžeme vnímať ako určitý „strop“ miery vrátenia nákupov, vieme konštatovať, že na Slovensku bude toto percento podobné.

Ako vyplýva z údajov spoločnosti ReBOUND, najčastejšími predmetmi ktoré podliehajú vráteniu⁸⁹ sú najmä oblečenie pre ženy, ale tiež obuv, či oblečenie pre mužov. Naopak, v najmenšej miere vracajú spotrebiteľia zakúpené tovary prostredníctvom elektronického obchodu týkajúce sa zdravia a kozmetiky.

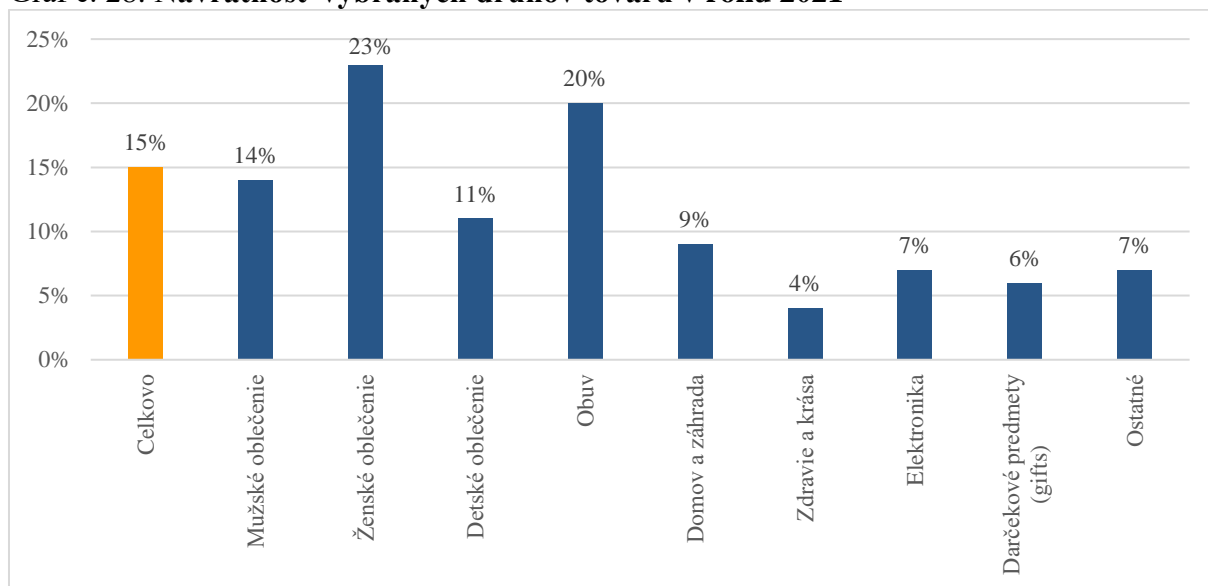
⁸⁸ <https://www.e15.cz/magazin/pribyva-lidi-kteri-zneuzivaji-pravo-vratit-zbozi-tvrdi-e-shopy-1202208>

⁸⁹ Slovenské údaje v tomto prípade neboli k dispozícii, dáta sú interpretované na základe správania sa zákazníkov v Spojenom kráľovstve, dostupné online na:

https://f.hubspotusercontent10.net/hubfs/2182667/The%20Returning%20Conundrum.pdf?utm_campaign=IMRG%20Report%20-%20July%202021&utm_medium=email&hsmi=140696218&hsenc=p2ANqtz-8K4OK-9cu2w0SgS3F7Hxhq9BfXJAwV9iAP11ROVu-9SJt3PfMrvfHiKB03e0g880hjiNyvU0JH2BwNbpUqIJFCq-f5w&utm_content=140696218&utm_source=hs_automation



Graf č. 28: Návratnosť vybraných druhov tovaru v roku 2021



Zdroj: ReBOUND

Potvrdili sa dáta z Nemecka. Väčšina spotrebiteľov má tendenciu vrátiť najmä oblečenie/obuv, či elektroniku, naopak relatívne málo sa vracajú knihy, nábytok, či kozmetika.

Zaujímavé je tiež porovnanie dôvodov opätovného vrátenia tovaru zakúpeného prostredníctvom elektronického obchodu. Opäť sa oprieme v tomto výskume o dáta z Nemecka.

Vzhľadom na fakt, že slovenské výsledky nie sú k dispozícii, vieme interpretovať dôvody v príbuzných krajinách. Odhadujeme, že prieskum na Slovensku by priniesol podobné závery. V Nemecku sú najčastejšími dôvodmi vrátenia najmä fakt, že „položka nevyhovuje“ (68,6%), „Položka sa mi nepáčila“ (49%), „Položka nezodpovedala popisu“ (39,2 %) a „Položka bola chybná“ (29,4 %). Podobné výsledky v prieskume boli identifikované aj v Rakúsku.⁹⁰

⁹⁰ Zaujímavými sú tiež údaje o použitej platobnej metóde na internete. Podľa údajov dotazníkového prieskumu Český košík vyplýva, že v roku 2020 až 97 % českých e-shopov ponúkalo platbu na dobierku. Platbu bankovým prevodom ponúka 90 %, 87 % ponúkalo platbu kartou, 31 % platbu na splátky, 25 % prostredníctvom apple pay/google pay, 22 % formou odloženej platby a 9 % formou odkazu na platobnú bránu (napr. pay pal).



4 Závery zo stretnutí s podnikateľmi

V priebehu vypracovania analýzy bol v máji 2022 realizovaný okrúhly stôl súvisiaci s problematikou prevádzkovania e-shopu v podmienkach SR. Diskusia prebehla online formou za účasti prevádzkovateľov e-shopu (špecializovaného e-shopu). Kritériom výberu účastníkov bola veľkostná kategória prevádzkovateľa e-shopu. t.j. MSP, preferovaný bol však mikropodnik, ktorý prevádzkuje e-shop na území Slovenskej republiky. Z hľadiska predmetu podnikania nebolo uplatnené žiadne kritérium.

Cieľom krátkého diskusného podujatia bolo identifikovať prekážky elektronického obchodu vo všeobecnosti a tiež s dôrazom na vybrané regulačné aspekty. Pozornosť bola venovaná aj vplyvu pandémie COVID-19 na podnikateľskú činnosť zúčastnených prevádzkovateľov e-shopov.

Regulačné bariéry

Zákon č. 102/2004 Z. z. o ochrane spotrebiteľa definuje okrem iného podmienky vrátenia tovaru zakúpeného prostredníctvom e-shopu. Lehota na vrátenie tovaru v rozmedzí 14 dní bez udania dôvodu nepredstavovala pre zástupcov e-shopov výrazný problém spojený so špekulatívnym správaním zákazníkov. Jedným z dôvodov je povedomie značky a tiež samotný charakter ponúkaného tovaru, o ktorý má záujem užší okruh zákazníkov. **Špekulatívne správanie zákazníkov** v súvislosti s vrátením tovaru sa môže prejavovať najmä v rámci **e-shopov ponúkajúcich bežne dostupné tovary resp. produkty** vo väčšom množstve a za nižšiu cenu (napr. oblečenie). V prípade malých špecializovaných e-shopov, v rámci ktorých zákazníci cielene vyhľadávajú ponúkaný tovar resp. produkt, je pravdepodobnosť ich špekulatívneho správania v súvislosti s vrátením tovaru resp. produktu minimálna.

Pravdepodobne ani lehota dodania tovaru v prípade špecializovaných e-shopov, ktoré sa v porovnaní s bežnými e-shopmi častejšie prispôsobujú dopytu nepredstavuje pre zúčastnených zástupcov e-shopov výrazný problém.

„Je dôležité, aby si zákazníci uvedomili, že produkt nebude u nich na druhý deň. Tak by to nemalo fungovať a nie je to ani zdravé. Najmä pre malé firmy z hľadiska ich očakávaní.“

Dodatočné náklady vznikajú prevádzkovateľom e-shopov pri vrátení resp. reklamácií tovaru najmä v súvislosti s **úhradou poštovného**. Výrazný problém, ktorý vnímali zástupcovia e-shopov je **neprebratie odoslaného tovaru pri platbe na dobierku**. Dôvodom sú okrem špekulatívneho správania zákazníkov aj problémy súvisiace s doručovaním tovaru prostredníctvom poštových služieb. Výsledkom je, že prevádzkovateľ e-shopu znáša náklady nielen na odoslanie tovaru zákazníkovi, ale aj na jeho spätné doručenie (prevádzkovateľovi e-shopu).

„V prípade, že si zákazník nevyzdvihol zásielku na dobierku, museli sme platiť poštovné dvakrát.“

Aj z tohto dôvodu preferujú zástupcovia e-shopov spoplatnenie platby na dobierku, prípadne uvedený spôsob platby neponúkajú. Avšak najčastejšie preferovaným spôsobom platby zo strany zákazníkov, ale aj zo strany prevádzkovateľov e-shopov je prostredníctvom platobnej (príp. kreditnej) karty.



Ochrana osobných údajov definovaná v Nariadení Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov („Nariadenie GDPR“) a zákone č. 18/2018 Z. z., ktorý ho v podmienkach SR dopĺňa ovplyvnila aj prevádzkovanie e-shopov. Z tohto dôvodu prevádzkovatelia e-shopov využívajú na **zabezpečenie ochrany osobných údajov spotrebiteľov na svojom e-shope platené služby externého odborníka**, alebo si ju zabezpečujú vo vlastnej rézii.

Jedna účastníčka podujatia nevníma, že by nová právna regulácia v podmienkach SR upravujúca spracovanie osobných údajov prostredníctvom cookie súborov vo forme cookie lišty mala negatívny vplyv na návštevnosť e-shopu. „Väčšina ľudí automaticky klikne na možnosť súhlasím“. Jedným z dôvodov je, že nová cookie lišta sa výrazne neodlišuje od tej pôvodnej. Okrem toho v prípade špecializovaných e-shopov prevažuje záujem zákazníkov o kúpu daného tovaru resp. produktu. Navyše malí prevádzkovatelia e-shopov (najmä špecializované e-shopy) majú častejšie užší kontakt so svojimi zákazníkmi a nemajú potrebu zavádzania analytických nástrojov resp. programov. Napriek tomu existujúce online platformy na prevádzkovanie e-shopu ponúkajú rôzne **platené doplnkové služby** zamerané na analyzovanie správania užívateľa na internetovej stránke resp. na e-shope.

Zástupcovia e-shopov sa zhodli na tom, že nielen začínajúcim, ale aj existujúcim prevádzkovateľom e-shopov by pomohlo zosúladenie a sprístupnenie informácií a to najmä v legislatívnej oblasti s dôrazom na ochranu osobných údajov spotrebiteľov.

Všeobecné bariéry

Jedným z problémov začínajúcich prevádzkovateľov e-shopov je **registrovanie domény** (názvu e-shopu), ktoré je potrebné overiť s ostatnými registrovanými doménami nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí. V mnohých prípadoch si to vyžaduje aj odborné právne poradenstvo. Ďalším z problémov je **spätné získanie domény**. Pri začatí podnikania (t.j. pri zakladaní spoločnosti alebo živnosti) existuje riziko špekulatívneho správania so zámerom odcudziť doménu a následne ju predať.

„Predtým, ako si idete zaregistrovať s.r.o, zakúpte si doménu.“

Nedostatočné zručnosti súvisiace s **tvorbou e-shopu** prostredníctvom dostupných online programov môžu predstavovať ďalší z problémov nielen v prípade začínajúcich podnikateľov, ale aj existujúcich podnikateľov. Účastníci okrúhleho stola sa zhodli na tom, že je vhodnejšie využiť preddefinované online platformy na prevádzkovanie e-shopov, alebo služby externých odborníkov. Na druhej strane **online platformy** na prevádzkovanie e-shopu môžu predstavovať jeden z ďalších problémov. Dôvodom je, že nemusia podporovať všetky potrebné funkcie pre **plynulé zabezpečenie prevádzkovania e-shopu** (napr. napojenie platobnej brány, ktoré je v porovnaní s kamennou prevádzkou obzvlášť dôležité).

Na základe odpovedí zúčastnených prevádzkovateľov e-shopov je pravdepodobné, že špecializované e-shopy v porovnaní s bežnými e-shopmi si postupne budujú užšiu, avšak stále spotrebiteľskú základňu, pričom na analýzu svojich zákazníkov využívajú najmä bezplatne dostupné sociálne siete. Naopak, e-shopy s cieľom získavania väčšieho počtu zákazníkov využívajú najmä **platené analytické alebo marketingové nástroje resp. programy**. V prípade špecializovaných e-shopov je okrem iného problematická aj **cenotvorba**. Zúčastnení zástupcovia e-shopov zastávajú názor, že častokrát musia uprednostniť nižšiu maržu ako je optimálna. Je to najmä z dôvodu vnímania samotnej značky, charakteru ponúkaných tovarov



resp. produktov a tiež z dôvodu zachovania ich konkurencieschopnosti. Ďalším z dôvodov je správanie niektorých spotrebiteľov, ktorí uprednostňujú nižšie cenové kategórie porovnateľných produktov.

„Keby sme mali normálnu maržu aká má byť, náš produkt by bol na Slovensku nepredajný.“

Ďalším problémom je **doručovanie tovarov prostredníctvom poštových služieb** a to najmä z dôvodu rizika ich straty, možného znehodnotenia tovaru pri doručovaní a príliš dlhá doba čakania na výdaj tovaru. Odporúčaním zástupcov e-shopov je využívanie alternatívnych spôsobov doručovania tovarov (napr. služby kuriérskych spoločností, zásielkovne).

Vplyv pandémie COVID-19

Vo všeobecnosti, pandémia COVID-19 v mnohých prípadoch pozitívne ovplyvnila predaj prostredníctvom e-shopov. Najvýraznejšie sa to prejavilo najmä na jej začiatku. Dôvodom bolo zavádzanie proti pandemických opatrení a s nimi súvisiace obmedzenia kamenných prevádzok. Niektorým e-shopom sa tak naskytna príležitosť, a v niektorých prípadoch nútená povinnosť skvalitnenia technického zabezpečenia e-shopu. Okrem toho bol väčší dôraz kladený aj na sociálne siete s cieľom prezentácie svojich produktov, čo sa následne odzrkadlilo na zvýšenom objeme ich predaja.

„E-shop je už iba konečná stanica, do ktorej sa zákazníci dostanú cez sociálne siete.“

Na druhej strane dôležitú úlohu v čase pandémie COVID-19 pri predaji prostredníctvom e-shopu zohrával aj **charakter ponúkaného tovaru resp. produktu**. V niektorých prípadoch bol viazaný na určitú cieľovú skupinu (napr. výbava žiakov pri nástupe do školy), na ktorú sa protipandemické opatrenia vzťahovali. Okrem charakteru ponúkaného tovaru resp. produktu limitujúcim faktorom pri predaji prostredníctvom e-shopu bolo aj **obmedzenie resp. prerušenie dodávateľských činností** alebo **zmena predmetu podnikania**. Z tohto dôvodu pandémia COVID-19 tak v niektorých prípadoch negatívne ovplyvnila aj **expanziu prevádzkovateľov e-shopov na zahraničné trhy**. Zástupcovia e-shopov sa zhodli na tom, že pandémia COVID-19 výrazne neovplyvnila skladbu zákazníkov. V prípade špecializovaných e-shopov pretrváva trend vybranej, avšak stálej skupiny zákazníkov.



Regulačné bariéry



- Lehota na vrátenie tovaru bez udania dôvodu
- Doručovanie tovarov (úhrada poštovného, náklady na neprevzatie tovaru pri platbe na dobierku)
- Zabezpečovanie ochrany osobných údajov spotrebiteľov

Všeobecné bariéry



- Overovanie domény
- Spätné získanie domény
- Nedostatočné zručnosti s tvorbou e-shopu
- Obmedzené funkcie online platforiem na prevádzkovanie e-shopu
- Spoplatnené analytické a marketingové nástroje
- Doručovanie tovarov (poštové služby, zásielkové služby, kuriérske služby)

Vplyv pandémie COVID-19



- Väčší dôraz kladený na sociálne siete s cieľom prezentácie ponúkaného tovaru
- V závislosti od charakteru ponúkaného tovaru
- Obmedzenie resp. prerušenie dodávateľských činností
- Negatívny vplyv na prevádzkovateľov e-shopov s cieľom expandovať na zahraničné trhy
- Priestor na skvalitnenie technického zabezpečenia e-shopu



5 Záver a odporúčania

Elektronické obchodovanie (e-commerce) je charakterizované ako proces nákupu a predaja s využitím elektronických prostriedkov (najmä internetu). Predstavuje širší pojem ako elektronický obchod (e-shop). Zatiaľ čo Elektronický obchod (e-shop) je súčasťou problematiky elektronického obchodovania (e-commerce). Rozdiel spočíva v tom, že zatiaľ čo elektronické obchodovanie predstavuje širší pojem a je charakterizované ako proces nákupu a predaja s využitím elektronických prostriedkov (najmä internetu), elektronický obchod predstavuje výsledok zmluvných záväzkových vzťahov.

Problematika elektronického obchodovania na úrovni EÚ je za posledné obdobie spájaná najmä s existenciou prekážok v rámci cezhraničných online činností, modernizáciou DPH pre cezhraničný elektronický obchod s dôrazom na B2C segment a tiež s ochranou osobných údajov spotrebiteľov. S cieľom stimulovať resp. prispieť k rozvoju elektronického obchodu EÚ prijala EK iniciatívy v oblasti online sprostredkovateľských služieb (tzv. digitálnych platforiem) a tiež v oblasti digitálnych zručností. Súčasťou sú prijaté iniciatívy EK, ktorých uplatnenie sa očakáva v najbližšom období. Ide najmä o iniciatívy v oblasti colnej únie (zriadenie centrálného elektronického priečinka), registrácie domény, DPH pri využívaní digitálnej platformy a tiež v oblasti digitálnych služieb a digitálnych trhov (s dôrazom na digitálne platformy).

Podpora elektronického obchodovania v podmienkach Slovenskej republiky je realizovaná prostredníctvom strategických a rámcových dokumentov jednotlivých tvorcov politik. Tie definujú podporu elektronického obchodovania na Slovensku v širšom kontexte digitálnej transformácie podnikov s dôrazom na zavádzanie digitálnych technológií a budovanie zručností. Dôvodom sú absentujúce rámcové a strategické dokumenty explicitne zamerané na elektronické obchodovanie (resp. elektronický obchod) v podmienkach SR. Najvýznamnejším tvorcom politiky je Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR. Okrem toho Ministerstvo hospodárstva SR a tiež Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR prispievajú k podpore elektronického obchodovania v širšom kontexte digitálnej transformácie podnikov.

Okrem tvorcov politik, participujú na podpore elektronického obchodovania v kontexte digitálnej transformácie aj ďalší stakeholderi z rôznych oblastí, t.j. poskytovatelia technickej podpory, poskytovatelia odborného vzdelávania a odbornej prípravy, poskytovatelia odborných poradenských služieb, poskytovatelia financovania, hybridní poskytovatelia podpory a tiež ostatní poskytovatelia podpory. Mnohí z nich realizujú aj opatrenia konkrétne zamerané na podporu elektronického obchodovania v podmienkach SR.

Právna regulácia elektronického obchodovania (vrátane elektronického obchodu) je v podmienkach Slovenskej republiky do značnej miery harmonizovaná s legislatívnymi predpismi platnými v rámci Európskej únie.

Nákup a predaj prostredníctvom elektronického obchodu (e-shopu) prináša výhody aj nevýhody pre jeho prevádzkovateľov, ale aj spotrebiteľov, resp. zákazníkov. Jednou z nevýhod uvedenej problematiky na strane spotrebiteľa je absencia fyzického kontaktu s objednaným tovarom. Vzhľadom na to bola zavedená 14 dňová ochranná lehota spotrebiteľa v celej EÚ (vrátane Veľkej Británie), ktorá umožňuje vrátenie tovaru (zakúpeného online) bez udania dôvodu. Prevádzkovatelia e-shopov sú povinní vrátený tovar prijať späť, pričom im vznikajú dodatočné náklady (najmä pre MSP).



Prehodnotenie lehoty na vrátenie tovaru zakúpeného online, prípadne zavedenie určitej bariéry (napríklad nutnosť uviesť dôvod, povinnosť vrátiť určitý tovar v originálnom balení a pod.) na jeho vrátenie predstavuje jedno z navrhovaných riešení. Dôvodom je zabránenie špekulatívnemu správaniu spotrebiteľov. Na základe spracovaných údajov je uvedená problematika aktuálna nielen v podmienkach Slovenskej republiky, ale v celej EÚ. Cieľom lehoty 14 dní na vrátenie tovaru bez udania dôvodu malo byť najmä vytvorenie priestoru pre zákazníka, aby si tovar vyskúšal, avšak lehota je pomerne dlhá a vytvára priestor na špekulácie, či využívanie e-shopov ako požičovní.

Medzi ďalšie regulačné bariéry patrí zavedenie viacnásobného overovania na platby kartou. Napriek tomu, že najmä menší prevádzkovatelia e-shopov preferujú zabezpečenie overovania platby kartou externými dodávateľmi, je pravdepodobné, že zvýšenie bezpečnosti platieb kartou v rámci e-shopu spôsobilo viacerým prevádzkovateľom e-shopov dodatočné náklady.

Jedna z ďalších regulačných bariér prevádzkovateľov e-shopov súvisí s neprebratím zásielok zo strany spotrebiteľov doručovaných na dobierku. Z uvedeného dôvodu tak vznikajú prevádzkovateľom e-shopom dodatočné náklady na opätovné balenie či uskladnenie takéhoto tovaru. E-shopy majú len obmedzenú možnosť ako predísť uvedenej situácii z legislatívneho hľadiska. Jednou z nich je náhrada škody zo strany spotrebiteľa, alebo uvedený spôsob doručovania vôbec neposkytovať.

Niektorí prevádzkovatelia e-shopov, najmä však tí, ktorí umožňujú platbu hotovosťou alebo platobnou kartou, či stravnými lístkami na mieste preberania nesmú zabudnúť na povinnosť e-kasy.

Jednou z priorit reformy regulačného rámca elektronických komunikácií EÚ z roku 2002 bola ochrana súkromia spotrebiteľa. Najvýraznejšie sa to prejavilo v roku 2018 prostredníctvom prijatia Nariadenie GDPR, ktoré v podmienkach SR dopĺňa Zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov. Jednou z najpodstatnejších zmien bolo udelenie súhlasu (ako jedného z právnych základov) užívateľa webovej stránky vopred, pred spracovaním jeho osobných údajov prevádzkovateľom webovej stránky. Nová definícia osobných údajov sa tak vzťahuje aj na online identifikátory, medzi ktoré patria aj cookies súbory. Forma udelenia súhlasu nebola presne zadaná. Avšak aplikačná prax ju v prípade elektronického obchodu (e-shopu) premietla do podoby tzv. cookie lišty zobrazovanej užívateľovi webovej stránky pri jej návšteve. Uvedená právna regulácia priniesla prevádzkovateľom e-shopov určitú záťaž z nej vyplývajúcu. Ide najmä o prípady uplatnenia nových, ale aj revidovaných práv spotrebiteľov pri získavaní a spracovaní ich osobných údajov. Súčasťou sú aj povinnosti a zodpovednosť prevádzkovateľov webových stránok pri spracovaní osobných údajov spotrebiteľov a tiež zavedenie sankcií za nedodržanie povinností v oblasti ochrany osobných údajov spotrebiteľov.

Zásadnou zmenou po prijatí nového zákona č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách je, že za súhlas so spracovaním osobných údajov prostredníctvom cookies súborov sa nepovažuje nastavenie webového prehliadača. Z uvedeného vyplýva, že prevádzkovateľ e-shopu musí zabezpečiť, aby užívateľ webovej stránky pri každej jej návšteve mohol jednoznačným úkonom (najčastejšie zakliknutím políčka na cookie lište) potvrdiť súhlas, resp. nesúhlas so spracovaním osobných údajov. Regulačná záťaž vyplývajúca z uvedenej zmeny sa môže premietnuť do zvýšených nákladov na zabezpečenie odborníka z oblasti IKT.



Smernicou Rady (EÚ) 2017/2455 sa zaviedli nové pravidlá pri uplatňovaní DPH v rámci elektronického obchodovania. Výsledkom jej transpozície v podmienkach SR bola novelizácia zákona č.222/2004 Z. z. o daní z pridanej hodnoty. Zásadná zmena sa týka nahradenia pojmu „zásielkový predaj“ pojmom „predaj tovaru na diaľku“, pričom došlo k úprave limitu (resp. zavedeniu jednotného limitu) dodaní bez DPH (tovarov a digitálnych služieb) v rámci EÚ. Uvedená zmena predstavuje záťaž (v podobe plnenia administratívnych a daňových povinností v členských štátoch spotreby) pre väčší počet prevádzkovateľov e-shopov ako pred novelizáciou predmetného zákona. Okrem toho nové pravidlá rozlišujú medzi predajom tovaru na diaľku v rámci EÚ a predajom tovaru dovážaného z tretích štátov. Vzhľadom na to, súčasťou nových pravidiel je rozšírenie dobrovoľných osobitných úprav dane na tovar (vrátane digitálnych služieb), pričom ich uplatňovanie môže spôsobiť ďalšie administratívne náklady v závislosti od miesta dodania tovaru v rámci EÚ. Z hľadiska uplatňovania pravidiel DPH sa na základe novelizácie spomínaného zákona považuje za zdaniteľnú osobu aj tzv. domnelý dodávateľ, ktorý uľahčuje dodanie tovaru z tretích štátov na územie EÚ prostredníctvom elektronického komunikačného rozhrania (napr. digitálnej platformy alebo elektronického trhoviska).

Budúci vývoj elektronického obchodovania v podmienkach SR pravdepodobne ovplyvní aj prijatie novej legislatívy na ochranu spotrebiteľa, ktorá má za cieľ nahradiť viaceré zákony. Ide o prijatie jednej ucelenej právnej normy v podobe zákona zameraného na komplexné riešenie problematiky ochrany spotrebiteľa. Napriek tomu však zákon zavedie aj niektoré legislatívne povinnosti, ktoré spôsobia prevádzkovateľom e-shopov určitú regulačnú záťaž. V Kapitole 2 sú prezentované najvýznamnejšie z nich, medzi ktoré určite patrí nové označovanie zliav, ktoré ovplyvní viacerých prevádzkovateľov e-shopov.

Výsledky analýzy poukázali na to, že fungovanie elektronického obchodovania je na Slovensku značne rozvinuté. Rok 2020 bol charakterizovaný určitými špecifikami. Jedným z nich bolo obmedzenie resp. uzatvorenie obchodných prevádzok. Výsledkom bol nárast počtu starších ľudí nakupujúcich prostredníctvom e-shopov. Postupne sa však počet spotrebiteľov (vrátane starších vekových skupín) nakupujúcich prostredníctvom e-shopov vracia na pôvodnú úroveň t.j. podiel starších vekových skupín nakupujúcich online ktorí stále uprednostnia nákup prostredníctvom osobnej návštevy prevádzkových priestorov. Výsledkom pretrvávajúceho trendu spotrebiteľského správania mladších vekových skupín, je rast objemu platieb realizovaných prostredníctvom elektronického obchodu. Slovensko v rámci sledovaných ukazovateľov ktoré sú porovnateľné s inými európskymi krajinami, ako je napríklad percento obratu MSP, ktoré dosahujú prostredníctvom elektronického obchodovania, či zastúpením podnikateľov, ktorí využívajú aj služby spomínaného typu obchodovania mierne zaostáva. Okrem toho zaostáva aj zastúpenie MSP vyžívajúcich elektronický obchod pri v rámci cezhraničného predaja.

Vo všeobecnosti, prekážky súvisiace s predajom prostredníctvom elektronického obchodu vníma výrazne nízke zastúpenie MSP nielen na Slovensku, ale aj v celej EÚ. Zlepšenie podmienok súvisiacich s podnikateľskou činnosťou vo všeobecnosti zároveň podporia rozvoj elektronického obchodovania na Slovensku. Najvýraznejšie problémy prevádzkovateľov e-shopov vzhľadom na nákupné správanie spotrebiteľov sa spájajú s dodávkou tovaru, či návratnosťou tovaru, ktorá predstavuje problém vo viacerých európskych krajinách, ako je napríklad Nemecko, alebo Česká republika.

Aj prostredníctvom rozhovorov s podnikateľmi sme prišli k záverom, ktoré potvrdili naše zistenia z analýzy legislatívy. Podnikatelia potvrdili, že problémom je najmä nepreberanie



zásielok na dobierku. Špekulatívne konanie niektorých nakupujúcich vzhľadom na vrátenie tovaru sa nepotvrdilo. Problematiku zabezpečovania platieb (s dôrazom na fungovanie platobnej brány) alebo ochrany osobných údajov, vzhľadom na ich zložitosť riešili a naďalej riešia prevádzkovatelia e-shopov najmä formou subdodávok, čo spôsobuje ďalšie finančné náklady. Okrem regulačných bariér vnímali respondenti aj všeobecné bariéry pri prevádzkovaní e-shopu a to najmä v súvislosti s overovaním a spätným získaním domény, nedostatočnými zručnosťami s tvorbou e-shopu, obmedzenými funkciami online platforiem na prevádzkovanie e-shopu či spoplatnené analytické a marketingové nástroje s nimi súvisiace. Pozitívny vplyv pandémie COVID - 19 sa prejavil podľa respondentov najmä na jej začiatku. Vzhľadom na zavádzanie protipandemických opatrení v súvislosti s obmedzením resp. zatvorením obchodných prevádzkových priestorov zaznamenali niektorí zúčastnení respondenti nárast počtu objednávok. Negatívne dopady pandémie COVID-19 sa prejavili najmä v podobe prerušenia dodávateľských činností, či nedostatočných resp. obmedzených príležitostí prevádzkovateľov e-shopov expandovať na zahraničné trhy.



6 Použitá literatúra

AKČNÝ PLÁN, Jednotný digitálny trh – príležitosť pre Slovensko, dostupné online na: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:x-zHhHFSP_AJ:https://www.slovlex.sk/legislativne-procesy%3Fp_p_id%3DprocessDetail_WAR_portletsel%26p_p_lifecycle%3D2%26p_p_stat%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_cacheability%3DcacheLevelPage%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_count%3D1%26_processDetail_WAR_portletsel_fileCooaddr%3DCOO.2145.1000.3.1809491%26_processDetail_WAR_portletsel_file%3DVlastny-material_Akcnyp-plan-final-do-MPK2.kolo.docx%26_processDetail_WAR_portletsel_action%3DgetFile+&cd=1&hl=sk&ct=clnk&gl=sk&client=firefox-b-d

BEDLEKOVÁ N. Používanie eKasy pri predaji cez e-shop, Bratislava: Podnikajte.sk, dostupné online na: <https://www.podnikajte.sk/ekasa/pouzivanie-ekasy-predaj-eshop>

ČTK, 2015 Přibývá lidí, kteří zneužívají právo vrátit zboží, tvrdí e-shopy, dostupné online na: <https://www.e15.cz/magazin/pribyva-lidi-kteri-zneuzivaji-pravo-vratit-zbozi-tvrdi-e-shopy-1202208>

DPDGROUP, Evropané nakupující na e-shopech v roce 2020, dostupné online na: <https://www.dpd.com/wp-content/uploads/sites/226/2021/05/E-shopper-brozura-2020.pdf>

ECOMMERCE EUROPE, European e-commerce report, bez ISBN, dostupné online na: <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf>

EURÓPSKA KOMISIA, Informačné a komunikačné technológie, dostupné online na: https://ec.europa.eu/regional_policy/sk/policy/themes/ict/

EURÓPSKA RADA A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE, Ochrana údajov v EÚ, dostupné online na: <https://www.consilium.europa.eu/sk/policies/data-protection-reform/>

EURÓPSKY ŠTATISTICKÝ ÚRAD, E-commerce statistics, dostupné online: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics

EURÓPSKY VÝSKUMNÝ PRIESTOR, Publikované výzvy v rámci programu Digitálne Európa, ERA aktualita, dostupné online na: <https://eraportal.sk/aktuality/publikovane-vyzvy-v-ramci-programu-digitalna-europa/?era=1> a <http://www.sbagency.sk/statne-programy>

EUROSTAT, E-commerce statistics for individuals, dostupné online na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics_for_individuals

HEINEMANN G. MYLUK A. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh), EHI Retail Institute ibi research an der Universität Regensburg GmbH Hochschule Darmstadt Hochschule Niederrhein Hochschule Wedel Otto-Friedrich-Universität Bamberg, dostupné online na: <https://www.bevh.org/politik/bevh-retourenkompodium.html>



HORNÁK M. Objem platieb v e-shopoch pokoril rekord, dostupné online na: https://cdn0.erstegroup.com/content/dam/sk/slsp/www_slsp_sk/Aktuality/20220114-objem-platieb-v-eshopoch-pokoril-rekord.pdf

IMRG Report, The Returning Conundrum, Exploring the latest returns trend data and customer insight with expert opinion from ReBOUND Returns, Jún 2021, dostupné online na: https://f.hubspotusercontent10.net/hubfs/2182667/The%20Returning%20Conundrum.pdf?utm_campaign=IMRG%20Report%20-%20July%202021&utm_medium=email&hsmi=140696218&hsenc=p2ANqtz-8K4OK-9cu2w0SgS3F7Hxhq9BfXJAwV9iAP11ROVu-9SJt3PfMrvfHiKB03e0g880hjiNyvU0JH2BwNbpUqIJFCq-f5w&utm_content=140696218&utm_source=hs_automation

INFORMÁCIA K ZÁKONU Č. 344/2020 Z. Z., KTORÝM SA MENÍ A DOPŔĽŇA ZÁKON Č. 222/2004 Z. Z. O DANI z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov, dostupné online na:

https://www.financnasprava.sk/img/pfsedit/Dokumenty_PFS/Zverejnovanie_dok/Dane/Noviny_leg/Nepriame_dane/2020/2020.12.22_4_DPH_2020_I.pdf

INTERNATIONALER E-COMMERCE – Chancen und Herausforderungen aus Händlersicht, dostupné online na: <https://www.dihk.de/resource/blob/12116/8dddcf861c6a7ed13af332158e8c1953f/dihk-ibi-studie-internationaler-e-commerce-data.pdf>

KATZENBACH F. 2018 Bow to the Thumb – Rethinking Navigation for Bigger Screens in 2018, dostupné online na: <https://medium.com/the-ecommerce-thinkship/bow-to-the-thumb-rethinking-navigation-for-bigger-screens-in-2018-7a0a2e1457a5>

KLAMO M. Ako si poradiť so zákazníkmi, ktorí si nepreberú dobierku? Dostupné online na: <https://blog.shoptet.sk/ako-si-poradit-so-zakaznikmi-ktori-si-nepreberu-dobierku/>

KLAMO M. Vrátanie tovaru do 14 dní bez udania dôvodu – ako postupovať?, Blog Shoptet.sk, dostupné online na: <https://blog.shoptet.sk/vratenie-tovaru-do-14-dni-bez-udania-dovodu/>

KOEHLER P. Guidelines on B2C essentials of German e-commerce law, dostupné online na: <https://www.taylorwessing.com/zh-hant/insights-and-events/insights/2019/09/guidelines-on-b2c-essentials-of-german-ecommerce-law>

MATĚJÍČEK J. Právne náležitosti e-shopu, dostupné online na: <https://www.mojprvyeshop.sk/pravne-zakonne-nalezitosti-eshopu-a-legislativa/>

MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SR, Akčný plán inteligentného priemyslu v SR, dostupné online na: <https://www.mhsr.sk/inovacie/strategie-a-politiky/akcny-plan-inteligentneho-priemyslu-sr>

MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SR, Podpora inovatívnych riešení v slovenských mestách, bez ISBN, dostupné online na: <https://www.mhsr.sk/uploads/files/n5m7duxS.pdf>

MINISTERSTVO INVESTÍCIÍ, REGIONÁLNEHO ROZVOJA A INFORMATIZÁCIE SLOVENSKEJ REPUBLIKY, Európske centrá digitálnych služieb, dostupné online na:



<https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/europske-centra-digitalnych-inovacii/index.html>

MINISTERSTVO INVESTÍCIÍ, REGIONÁLNEHO ROZVOJA A INFORMATIZÁCIE SLOVENSKEJ REPUBLIKY, Stratégia digitálnej transformácie Slovenska 2030, bez ISBN, dostupné online na: <https://www.mirri.gov.sk/wp-content/uploads/2019/06/Strategia-digitalnej-transformacie-Slovenska-2030.pdf>

MINISTERSTVO INVESTÍCIÍ, REGIONÁLNEHO ROZVOJA A INFORMATIZÁCIE SLOVENSKEJ REPUBLIKY, Stratégia a akčný plán na zlepšenie postavenia Slovenska v indexe DESI do roku 2025, dostupné online na: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/digitalna-transformacia/strategia-a-akcny-plan-na-zlepsenie-postavenia-slovenska-v-indexe-desi-do-roku-2025/index.html>

MINISTERSTVO INVESTÍCIÍ, REGIONÁLNEHO ROZVOJA A INFORMATIZÁCIE SLOVENSKEJ REPUBLIKY, Plán obnovy a odolnosti, Komponent 9: Efektívnejšie riadenie a posilnenie financovania vedy, výskumu a inovácií <https://www.minedu.sk/komponent-9-efektivnejsie-riadenie-a-posilnenie-financovania-vedy-vyskumu-a-inovacii/>

MINISTERSTVO INVESTÍCIÍ, REGIONÁLNEHO ROZVOJA A INFORMATIZÁCIE SLOVENSKEJ REPUBLIKY, Digitálne zručnosti, dostupné online na: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/narodne-iniciativy/digitalne-zrucnosti/index.html>

MôjAndroid, Na vrátenie tovaru zakúpeného cez internet už platí lehota 14 dní, dostupné online na: <https://www.mojandroid.sk/lehota-na-vratenie-tovaru-kupeneho-cez-internet-14-dni/>

NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY (EÚ) 2019/517 z 19. marca 2019 o zavedení a fungovaní mena domény najvyššej úrovne .eu, ktorým sa mení a zrušuje nariadenie (ES) č. 733/2002 a zrušuje nariadenie Komisie (ES) č. 874/2004 (Text s významom pre EHP), dostupné online na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=LEGISSUM:4393037>

Návrh NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY, ktorým sa stanovuje program Digitálna Európa na obdobie 2021 – 2027, dostupné online na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/ALL/?uri=CELEX%3A52018PC0434>

NÁVRH ZÁKONA z ... 2022 o ochrane spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov, dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/legislativne-procesy/SK/LP/2022/39>

OBČIANSKY ZÁKONNÍK z 26. februára 1964, dostupné online na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1964/40/20191201>

PILKOVÁ A. a kol. Podnikanie na Slovensku v dobe digitalizácie optikou generácií. 2021, Bratislava: Univerzita Komenského, ISBN 978-80-223-5318-2, dostupné online na: https://www.researchgate.net/profile/Mobashar-Mubarik/publication/359747372_Podnikanie_na_Slovensku_v_dobe_digitalizacie_optikou_generacii/links/624cc74e4f88c3119ce2a95f/Podnikanie-na-Slovensku-v-dobe-digitalizacie-optikou-generacii.pdf?origin=publication_detail



POPOVIČ A. A KOL. Iniciatívy EÚ pri predchádzaní daňovým únikom a daňovým podvodom a ich implementácia do vnútroštátneho právneho podmienku, Košice: Právnická fakulta UPJŠ, ISBN: 978-80-8152-633-6 (e-publikácia), dostupné online na: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:koiZqOCBh4QJ:https://unibook.upj.s.sk/img/cms/2018/pravf/iniciativy-eu-web.pdf+&cd=3&hl=sk&ct=clnk&gl=sk&client=firefox-b-d>

POŠTOVÉ PODMIENKY, Expres zásielky, vnútroštátny styk, účinnosť od 02.11.2020, dostupné online na: <https://www.posta.sk/subory/340/postove-podmienky-expres-zasielky-vnutrostatny-styk.pdf>

PROGRAMOVÉ VYHLÁSENIE VLÁDY SR na obdobie rokov 2021 - 2024, dostupné online na: https://www.nrsr.sk/web/Dynamic/DocumentPreview.aspx?DocID=494677#_Toc156608

Retailers rethink returns policies as increase in 'serial returners' impacts bottom line, dostupné online na: <https://home.barclaycard/press-releases/2019/05/retailers-rethink-returns-policies-as-increase-in--serial-return/>

Salner A. Ako prekonať 5 najväčších prekážok pre B2B v online marketingu, dostupné online na: <https://bastadigital.com/prekazky-b2b-online-marketingu/>

Slovenská asociácia pre elektronický obchod, Okrúhly stôl, dostupné online na: <https://www.saec.sk/sk/article/4205/39/okruhly-stol->

Slovenská obchodná inšpekcia, Reklamácie, dostupné online na: <https://www.soi.sk/sk/najcastejsie-otazky/reklamacie.soi>

SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY (EÚ) 2019/771 z 20. mája 2019 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o predaji tovaru, ktorou sa mení nariadenie (EÚ) 2017/2394 a smernica 2009/22/ES a zrušuje smernica 1999/44/ES, dostupné online na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/ALL/?uri=CELEX:32019L0771>

SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU a Rady 2002/58/ES týkajúca sa spracúvania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (smernica o súkromí a elektronických komunikáciách, dostupné online na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:02002L0058-20091219&from=SK>

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 online na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011L0083&from=SK>

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

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 online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=celex%3A32011L0083>

Smernica (EÚ) 2015/2366 o platobných službách v celej EÚ. Dostupné online: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/ALL/?uri=LEGISSUM%3A2404020302_1. Dostupné online: <https://www.podnikajte.sk/financny-manazment/platby-cez-internet-od-2021>

delegované Nariadenie Komisie (EÚ) 2018/389, ktoré dopĺňa predmetnú smernicu, pokiaľ ide o regulačné technické predpisy pre silnú autentifikáciu zákazníka a spoločné a bezpečné otvorené komunikačné normy

Štatistický úrad SR - Využívanie internetu pre osobnú potrebu na uvedené aktivity v priebehu posledných 3 mesiacov, dostupné online na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/is1007rs/v_is1007rs_00_00_00_sk

Štatistiky e – commerce, dostupné online na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database>

UNGEROVÁ E. Blíži sa účinnosť balíčka zmien DPH pre e-commerce, dostupné online na: <https://www.danovsky.sk/sk/blizi-sa-ucinnost-balicka-zmien-dph-pre-e-commerce>

VALČEK A. 2014 Nakupovanie cez web sa zmení, dobierky budú stáť všade rovnako, Bratislava: Denník SME, 2014, dostupné online na: <https://index.sme.sk/c/7062867/nakupovanie-cez-web-sa-zmeni-dobierky-budu-stat-vsade-rovnako.html>

VARGICOVÁ P. E-shop a ochrana spotrebiteľa, Bratislava: Podnikajte.sk, dostupné online na: <https://www.podnikajte.sk/zakonne-povinnosti-podnikatela/eshop-a-ochrana-spotrebiteľa>

VLAČUHA R. – HORŇÁČEK M. – ŽELONKOVÁ V. Zisťovanie o využívaní informačných a komunikačných technológií v domácnostiach, Bratislava: Štatistický úrad SR, 2018, ISBN 978-80-8121-639-8 (online), dostupné online na: https://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/3fa87945-8bf1-47e0-a9d2-1451aee938f0/Zistovanie_o_vyuzivani_informacnych_a_komunikacnych_tehnologii_v_domacnostiach_2018.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-3fa87945-8bf1-47e0-a9d2-1451aee938f0-my4tPeD

Výsledky Český košík: Nenechte si ujít výsledky studie Český košík roku 2020, dostupné online na: <https://www.upgates.cz/a/nenechte-si-ujit-vysledky-studie-cesky-kosik-roku-2020> a <https://www.ceskykosikroku.cz/static/report.pdf>

Vývoj online biznisu na Slovensku: E-shopy pribúdajú v stovkách, trendy sa opäť menia, dostupné online na: <https://strategie.hnonline.sk/tlacove-spravy/11485503-vyvoj-online-biznisu-na-slovensku-e-shopy-pribudaju-v-stovkach-trendy-sa-opat-menia>

WEBINÁR: Predaj tovaru na diaľku na území EÚ a zmeny v DPH od 1.7.2021, dostupné online na: https://www.youtube.com/watch?v=-uLX_j1hj54

ZÁKON 22/2004 Z. z. o elektronickom obchode, dostupné online na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2004/22/>



ZÁKON 324/2011 o poštových službách, dostupné online na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2019/152/20191123>

ZÁKON Č. 102/2004 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

ZÁKON č. 250/2007 Z. z. Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov

ZÁKON Č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník, dostupné online na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1964/40/20191201>

ZÁKON Č. 492/2009 Z. z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov, dostupné online na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2009/492/20220101>

ZÁKONE Č. 298/2008 Z. z. o používaní elektronickej registračnej pokladnice v znení neskorších predpisov, dostupné online na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2017/180/20170901>

ZÁKON č. 219/1996 Z. z. o ochrane pred zneužívaním alkoholických nápojov a o zriaďovaní a prevádzke protialkoholických záchytných izieb

ZÁKON č. 377/2004 o ochrane nefajčiarov a o zmene a doplnení niektorých zákonov

Slovenské centrum cvičných firiem. Dostupné online: <http://www.sccf.sk/o-nas-4.html>

Denníkn.sk. <https://e.dennikn.sk/minuta/2678571>

Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu. Dostupné online: <https://sario.sk/sk/projekty-podujatia/e-commerce-ako-exportovat-prostrednictvom-e-shopu-webinarErn>

Slovenská asociácia pre elektronický obchod. Dostupné online: <https://www.saec.sk/>

Slovenská inovačná a energetická agentúra. Projekt Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu. Dostupné online: <https://www.siea.sk/inovacie/podpora-kreativneho-priemyslu/>

Slovenská inovačná a energetická agentúra. Dostupné online. <https://www.siea.sk/o-siea/>

Top privacy.sk. Pozor, od 01.02.2022 môžete byť sankcionovaní za zle nastavené cookies. Dostupné online: https://www.topprivacy.sk/sk/stranky/aktualita/sankcie-pri-zle-nastavenych-cookies?gclid=CjwKCAjwur-SBhB6EiwA5sKtjoseyErNY1j6chqq19dj01_6QDzqeAJ-GfTIKNBmNklpFGOgXBrgORoC93IQAvD_BwE