

UNIVERZITA PAVLA JOZEFA ŠAFÁRIKA V KOŠICIACH

Právnická fakulta

Katedra občianskeho práva



**SPOTREBITEĽIA A OBCHODNÍCI ONLINE:
PRÁVNE A EKONOMICKÉ VÝZVY
DIGITÁLNYCH TRHOV**

Recenzovaný zborník vedeckých prác

Renáta Bačárová - Kristián Vassay (eds.)

Košice 2025

Spotrebitelia a obchodníci online: právne a ekonomické výzvy digitálnych trhov

Recenzovaný zborník vedeckých prác

Editori:

doc. JUDr. Renáta Bačárová, PhD., LL.M.

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Právnická fakulta

Mgr. Kristián Vassay

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Právnická fakulta

Recenzenti:

prof. JUDr. Daniela Gandžalová, PhD.

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Právnická fakulta

doc. JUDr. Marian Ďurana, PhD.

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Právnická fakulta



Tento text je publikovaný pod licenciou Creative Commons CC BY NC ND

Creative Commons Attribution-NonCommercial-No-derivates 4.0

Za odbornú a jazykovú stránku zborníka vedeckých prác zodpovedajú autori jednotlivých príspevkov. Rukopis neprešiel redakčnou ani jazykovou úpravou.

Dostupné od: 16.12.2025

Umiestnenie: <https://unibook.upjs.sk/sk/>

DOI: <https://doi.org/10.33542/SAO-0475-0>

ISBN 978-80-574-0475-0 (e-publikácia)

Recenzovaný zborník vedeckých prác z medzinárodnej vedeckej konferencie Spotrebitelia a obchodníci online: právne a ekonomické výzvy digitálnych trhov, ktorá sa konala v dňoch 6. a 7. novembra 2025, je výstupom riešenia grantovej úlohy projektu podporeného Vedeckou grantovou agentúrou Ministerstva školstva, výskumu, vývoja a mládeže Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA) pod registračným číslom 1/0431/23 s názvom *„Konkurencia záujmov spotrebiteľov a obchodníkov pri dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb na jednotnom digitálnom trhu s dôrazom na právne a ekonomické aspekty“*.

PREDHOVOR

Digitálny trh v poslednom desaťročí nadobudol strategický význam pre fungovanie európskej aj globálnej ekonomiky, pričom jeho dynamika zásadným spôsobom modifikuje tradičné právne konštrukty, ekonomické modely i spoločenské interakcie. Jeho prepojenie s hospodárskymi procesmi, spotrebiteľským správaním aj právnou reguláciou vytvára nové výzvy, ktorým musia čeliť tak tvorcovia politik, ako aj odborná verejnosť, akademici a podnikateľský sektor.

V kontexte týchto premien vznikla potreba systematického, interdisciplinárne orientovaného výskumu, ktorý by dokázal reflektovať meniace sa vzťahy medzi spotrebiteľmi a obchodníkmi, ich záujmami, právnym postavením a očakávaniami v online prostredí.

Recenzovaný zborník vedeckých prác z medzinárodnej vedeckej konferencie *Spotrebitelia a obchodníci online: právne a ekonomické výzvy digitálnych trhov*, ktorá sa konala v dňoch 6. a 7. novembra 2025 v Košiciach, predstavuje syntézu vedeckých reflexií na túto meniacu sa realitu. Je výstupom riešenia projektu VEGA č. 1/0431/23 Konkurencia záujmov spotrebiteľov a obchodníkov pri dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb na jednotnom digitálnom trhu s dôrazom na právne a ekonomické aspekty, realizovaného v období rokov 2023 až 2025.

Projekt bol zameraný na výskum so zreteľom na technologické inovácie a regulačné intervencie Európskej únie, najmä v oblasti digitálnych služieb, ochrany spotrebiteľa, hospodárskej súťaže, finančných inovácií a online platforiem s osobitným aspektom na malé a stredné podniky (MSP). Kľúčovou ambíciou bolo identifikovať, do akej miery existujúca právna úprava reflektuje charakter digitálneho trhu ako multifunkčného priestoru, v ktorom sa prelínajú rôzne ekonomické záujmy a nové formy podnikateľských praktík. Súčasťou výskumu bolo tiež posúdenie, či aktuálne regulačné rámce vytvárajú adekvátne predpoklady na zabezpečenie rovnováhy medzi ochranou spotrebiteľa a zachovaním legitímnych podnikateľských aktivít obchodníkov a online platforiem, ako aj na podporu inovačného potenciálu digitálneho hospodárstva.

Cieľom zborníka vedeckých prác je poskytnúť medziodborový pohľad na reguláciu digitálneho trhu, ochranu spotrebiteľov a postavenie obchodníkov v online prostredí Európskej únie. Jednotlivé príspevky reprezentujú rôznorodé tematické okruhy – od tradičných problematík súkromného práva až po nové výzvy súvisiace s umelou inteligenciou, fintech službami či právom digitálnych služieb. Spája ich spoločný menovateľ, a to snaha pochopiť, ako možno zabezpečiť vyváženosť záujmov v digitálnom ekosystéme, ktorý je súčasne priestorom obchodu, inovácie, ale aj potenciálnych rizík pre spotrebiteľa.

Príspevky zaradené do zborníka reflektujú tri nosné výskumné línie projektu. Prvou je právna ochrana spotrebiteľa v digitálnom prostredí, ktorá nadobúda nové kontúry v dôsledku automatizovaných rozhodovacích procesov, rozsiahleho využívania umelej inteligencie, posilnenia platformovej ekonomiky, či nárastu manipulatívnych a podvodných praktík. Druhou líniou je postavenie obchodníka na jednotnom digitálnom trhu, predovšetkým v kontexte regulácie elektronického obchodu, povinností vyplývajúcich z Aktu o digitálnych službách a požiadaviek transparentnosti a zodpovednosti pri poskytovaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb. Tretiu líniu predstavujú makroštrukturálne aspekty digitálnej transformácie, zahŕňajúce problematiku relevantných trhov, vplyvu digitálnych mien, špecifik fintech ekosystémov či ekonomických vzorcov správania sa spotrebiteľov v online prostredí.

Zborník predstavuje ucelený pohľad na právne a ekonomické otázky digitálnych trhov. Spája odborníkov z viacerých inštitúcií a disciplín, ktorí spoločne poukazujú na potrebu vyváženého prístupu k regulácii digitálneho prostredia tak, aby bola zachovaná ochrana spotrebiteľa, ale zároveň nebol utlmený inovačný potenciál digitálneho hospodárstva.

Predkladaný zborník prináša súbor interdisciplinárnych vedeckých príspevkov a pokrýva široké spektrum tém z oblasti spotrebiteľského práva, digitálnych trhov, finančného práva, práva duševného vlastníctva, súťažného práva a kolízneho práva EÚ. Spoločným menovateľom príspevkov je dopad digitalizácie na fungovanie súčasných právnych inštitútov a hľadanie adekvátnych regulačných reakcií v oblasti ochrany spotrebiteľa. Veríme, že publikácia bude prínosná pre akademickú obec i tvorcov verejných politík.

Záverom by som chcela úprimne poďakovať recenzentom, prof. JUDr. Daniele Gandžalovej, PhD. a doc. JUDr. Marianovi Ďuranovi, PhD. z Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, Právnickej fakulty za ich cenné pripomienky, ktoré pomohli skvalitniť výsledný text.

Zároveň ďakujem všetkým spoluriešiteľom projektu VEGA, ktorí sa podieľajú na jeho realizácii, a to JUDr. Vladimírovi Filičkovi, PhD., Mgr. Petrovi Koromházovi, PhD., JUDr. Laure Bachňákovej Rózenfeldovej, PhD., JUDr. Lukášovi Mackovi, PhD., Ing. Zuzane Hrabovskej, PhD., Ing. Jane Matásovej, Mgr. Kristiánovi Vassayovi a Mgr. Marekovi Kohútovi, ako aj bývalým riešiteľom, prof. JUDr. Petrovi Vojčíkovi, CSc. a JUDr. Renáte Pillárovej, PhD.

Košice, 5. december 2025

Doc. JUDr. Renáta Bačárová, PhD., LL.M., vedúca projektu

OBSAH

VÝZVY ZEMĚPISNÝCH OZNAČENÍ V DIGITÁLNÍM PROSTORU EU Z ČESKÉHO POHLEDU	8
--	----------

JUDr. Michal Černý, PhD.

AI AND AUTOMATIZATION IN PUBLIC ENFORCEMENT OF EU CONSUMER LAW	16
---	-----------

JUDr. Martin Karim

PRÁVNE ASPEKTY OCHRANY SPOTREBITEĽA V PROSTREDÍ FINTECH: REGULAČNÉ VÝZVY A PERSPEKTÍVY	29
---	-----------

Mgr. Dávid Kis

ZODPOVEDNOSŤ ZA ŠKODU ZO SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLÚV	40
--	-----------

Mgr. Marek Kohút

OCHRANA SPOTREBITEĽA ZABEZPEČOVANÁ AKTOM O DIGITÁLNYCH SLUŽBÁCH	54
--	-----------

Mgr. Peter Koromhász, PhD.

AKT DSA A JEHO DOPADY NA ONLINE TRHOVISKÁ	63
--	-----------

JUDr. Lukáš Macko, PhD.

ONLINE NÁKUPNÉ SPRÁVANIE SPOTREBITEĽOV V EURÓPSKEJ ÚNII V KONTEXTE AKTU O DIGITÁLNYCH SLUŽBÁCH	68
---	-----------

Ing. Jana Matášová

OCHRANA SPOTREBITEĽA V KOLÍZNOM PRÁVE EÚ: APLIKAČNÉ ÚSKALIA NARIADENIA RÍM I	80
---	-----------

JUDr. Ing. Dominika Moravcová, PhD., LL.M., MBA

Mgr. Marek Nekoraník

**OCHRANA SPOTREBITEĽA PRI DIGITÁLNYCH PLATOBNÝCH SYSTÉMOCH
Z POHĽADU FINANČNÉHO PRÁVA: PRÁVNE VÝZVY, REGULAČNÉ
ODPOVEDE A PRÍPAD APPLE PAY 91**

Mgr. Veronika Ondášková

**NÁSTUP CBDC A DYNAMIKA VZŤAHU MEDZI SPOTREBITEĽMI
A OBCHODNÍKMI ONLINE..... 104**

Mgr. Viliam Poništ, PhD.

RELEVANTNÉ TRHY V DIGITÁLNOH HOSPODÁRSTVE 118

Mgr. Simona Rudohradská, PhD.

**OCHRANA SPOTREBITEĽA Z POHĽADU FINANČNÝCH PODVODOV,
KYBERNETICKEJ BEZPEČNOSTI A DEEPFAKE TECHNOLOGIÍ..... 130**

JUDr. Matej Smalík, PhD.

**NOVÁ SPOTREBITEĽSKÁ LEGISLATÍVA OČAMI SPOTREBITEĽOV A
OBCHODNÍKOV..... 141**

Mgr. Kristián Vassay

VÝZVY ZEMĚPISNÝCH OZNAČENÍ V DIGITÁLNÍM PROSTORU EU Z ČESKÉHO POHLEDU

JUDr. Michal Černý, Ph.D.

Univerzita Palackého v Olomouci, Právnická fakulta

michal.cerny@upol.cz

Abstrakt

Příspěvek se zabývá ochranou označení původu a zeměpisných označení v rámci digitálního prostoru internetu. Analyzuje a hodnotí důsledky neprovedení adaptace českého práva na Nařízení (EU) DSA na ochranu označení původu a zeměpisných označení. Doplnkově se zabývá také problémy obsahu ochrany zbytkových označení řemeslných a průmyslových (českých) výrobků dle zákona 452/2001 Sb.

Abstract

The article deals with the protection of designations of origin and geographical indications in the digital space of the Internet. It analyzes and evaluates the consequences of the failure to adapt Czech law to the DSA Regulation on the protection of designations of origin and geographical indications. In addition, it also deals with issues related to the protection of residual designations or indications of craft and industrial (Czech) products under Act No. 452/2001 Coll.

Klíčová slova: Zeměpisné označení, označení původu; nelegální obsah, opatření proti nelegálnímu obsahu.

Keywords: Geographical indication, Designation of origin; Illegal content, Measures against illegal content

Úvodem

V současné době se nacházíme v tranzitivní době, kdy postupně nabíhá systém ochrany zeměpisných označení řemeslných a průmyslových výrobků podle evropsko-unijní úpravy. Tento systém (dle Nařízení (EU) 2023/2411) doplňuje logicky již existující systém ochrany označení původu a zeměpisných označení zemědělských výrobků a potravin, který zahrnuje také ochranu označení vín a lihovin - dle Nařízení (EU) 2024/1143. Těchto označení je v EU chráněno cca 5.500.

Nastoupení unijní úpravy také pro označení řemeslných a průmyslových výrobků je doprovázena tím, že postupně dojde k zániku ochrany označení původu a zeměpisných označení (řemeslných a průmyslových výrobků), která v minulosti vznikla na podkladě národních právních úprav dotčených členských států. To se týká např. Česka, Slovenska, Maďarska, Francie, Chorvatska, Slovinska, Bulharska.

Současně ovšem platí, že v rámci Evropské unie jsou vymáhána práva rovněž proti různých jednáním uskutečněným v elektronickém prostoru Internetu. Jde zejména o tzv. opatření proti nelegálnímu obsahu dle Nařízení (EU) 2022/2065 (Akt o digitálních službách). Tato opatření jsou jednotná v EU a obsahují hmotné právo, které musí členské státy pouze adaptovat do národních právních řádů. Jinými slovy - členské státy jsou povinny upravit na národní úrovni své vlastní orgány (a vybavit je k tomu potřebnými kompetencemi) a také upravit proces aplikace unijního práva. Adaptační období přitom k Nařízení DSA uplynulo dnem 17.02.2024.

V Česku byl návrh adaptačního předpisu (Návrh zákona o digitální ekonomice) předložen až v březnu 2024 a do konce volebního období Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky¹ nebyl projednán. V Česku tedy dosud² nedošlo k obecné adaptaci práva na Nařízení DSA. Protože v roce 2025 byla provedena novelizace národní úpravy Zákona 452/2001 Sb., o označeních původu a zeměpisných označení, alespoň dílčí adaptace národní úpravy v Česku provedena byla. Bohužel se týká pouze úpravy navázané na Nařízení (EU) 2023/2411 - tedy na unijní úpravu zeměpisných označení řemeslných a průmyslových výrobků. Podle které bude moci být poskytnuta ochrana až od 01.12.2025 a ve skutečnosti k tomu dojde až později, protože k uvedenému datu bude možné prvně podat žádost o unijní ochranu a zahájit tak zápisné řízení.

Protože ale vedle nastupující úpravy již působí i shora uvedené úpravy,³ tento příspěvek se věnuje následujícím výzkumným otázkám:

1. Je ochrana věcně shodná (srovnatelná) bez ohledu na právní důvod vzniku?
2. Zahrnuje ochrana ZO také prosazování v prostředí Internetu (a pomocí jakých nástrojů)?
3. Je ochrana plně prosaditelná v Česku i v tranzitivní době náběhu nového systému ochrany OP/ZO řemeslných a průmyslových výrobků?

Zaměřen bude na analýzu prosazování ochrany proti nelegálnímu obsahu, pokud je ona protiprávnost založena na rozporu s ochranou zeměpisného označení (nebo označení původu). Dále bude okrajově věnován také ochraně zeměpisných označení v systému doménových jmen.

Na margo upozorňuji také na fakt, že některá označení zahraničních výrobků:

- mohou být v EU chráněna na podkladě mezinárodního zápisu dle Ženevského aktu Lisabonské dohody o označeních původu a zeměpisných označení (při dodržení postupu dle

¹ Konec období nastal prvním dnem voleb do Poslanecké sněmovny - tj. 03.10.2025.

² K datu konání konference - tedy k 06.11.2025.

³ Unijní pro označení zemědělských výrobků (včetně vín a lihovin) - dle Nařízení (EU) 2024/1143.

[Nařízení \(EU\) 2019/1753](#) o opatřeních Unie po jejím přistoupení k Ženevskému aktu Lisabonské dohody o označeních původu a zeměpisných označení), nebo

- jsou v Evropské unii chráněna také přímo na podkladě některé z mezinárodních (obchodních) dohod mezi EU (a jejími členskými státy) a třetí zemí (nebo skupinou třetích zemí).

Na rozdíly v těchto úpravách (včetně absence výslovných odkazů na vymáhání v internetovém prostoru) upozorňuje např. Delphine Marie-Vivien.⁴ Těmto problémům se v tomto příspěvku nevěnujeme.

Ochrana zeměpisných označení (a označení původu) proti nelegálnímu obsahu

V obou unijních nařízeních (Nařízení (EU) 2024/1143, Nařízení (EU) 2023/2411) jsou definovány katalogy zakázaných jednání a na ně pak navazují další ustanovení, která slouží k prosazování ochrany označení. Rozpor s katalogem zakázaných jednání vede k závěru o nelegálnosti obsahu. Proti takovému obsahu je možné zasáhnout podle Nařízení (EU) DSA. Ochranu má prosazovat členský stát.

Pokud jde o národní úpravu označení původu a zeměpisných označení, je vtělena především do zákona 452/2001 Sb. o označeních původu a zeměpisných označení. Tento zákon byl v roce 2025 novelizován Zákonem 277/2025 Sb., a to s jednotně stanovenou účinností k 20.08.2025. Účelem bylo s předstihem připravit českou úpravu na nadcházející plný vstup účinků (tedy fakticky plnou účinnost) Nařízení (EU) 2023/2411. Zákon 277/2025 Sb. rovněž změnil některé související předpisy - především zákon 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele a také zákon 634/2004 Sb., o správních poplatcích.

Aniž by bylo autorskou ambicí zabývat v tomto příspěvku do všech podrobností, dá se zjednodušeně konstatovat, že ustanovením čl. I Zákona 277/2025 Sb. byla výrazně redukována česká úprava označení původu a zeměpisných označení. Zákon 452/2001 Sb. se stal na příště (a to již od 20.08.2025) pouhou převodovou pákou unijního systému ochrany zeměpisných označení v EU. Z národní úpravy byla zcela vypuštěna veškerá ustanovení, která nejsou nutná pro ochranu unijních označení. A to včetně dosavadních ustanovení §§ 23 a 24, které dosud (do 19.08.2025) definovaly věcný rozsah ochrany (včetně skutkových podstat zakázaných jednání), resp. rozšiřovaly procesní úpravy (aktivní legitimaci i některé žalobní nároky) nad rámec úpravy v zákoně 221/2006 Sb., o vymáhání práv průmyslového vlastnictví.

⁴ MARIE-VIVIEN, D. The International Protection of Geographical Indications: A Complex Bowl of Spaghetti Lacking the Flavour of a Collectively Defined and Controlled Product Specification? In IIC, 2025, 7(56). S. 1261-1264. 25.08.2025. <https://doi.org/10.1007/s40319-025-01631-3>.

Formálně zůstala zachována ochrana veškerých dosud v národním rejstříku zapsaných označení původu a zeměpisných označení, a to ustanovením čl. II(1) Zákona 277/2025 Sb. v tomto ustanovení ovšem chybí jak věcný rozsah ochrany, tak i odkaz na použití dosavadní úpravy. Což je v kontrastu s ustanovením zachovávajícím ochranu označení chráněných v Česku mezinárodním zápisem (čl. II(4) Zákona 277/2025 Sb.), ve kterém výslovný odkaz na ochranu dle dosavadního ustanovení § 23 zákona 452/2001 Sb. nechybí.

Shora uvedené může vést pouze k jednomu závěru - záměrem zákonodárce sice bylo zachovat tuzemským označením ochranu, však pro označení tuzemských produktů neměl zákonodárce v úmyslu nadále definovat její obsah.

Tento výsledný stav je těžko uchopitelný i obtížně pochopitelný, protože na jednu stranu zůstávají národně chráněná označení tuzemských produktů i nadále zapsána v národním rejstříku, na druhou stranu ovšem není zřejmé, proti čemu mají být chráněna. Tato úprava může dle mého názoru posloužit jen k jednomu účelu - aby mohlo být (každé jednotlivé) označení přihlášeno k unijní ochraně ve zjednodušeném postupu, jak předvídá Nařízení (EU) 2023/2411. Podání unijní žádosti ovšem nebude automatické, u každého jednotlivého označení bude muset projevit iniciativu ten, kdo je dosud v rejstříku zapsán jako „žadatel“ - v zásadě by se mělo jednat o produkční seskupení v unijní terminologii. Takový žadatel bude muset zpracovat žádost včetně jejích veškerých součástí (specifikace, jednotný dokument) a podat je nejpozději k 31.08.2026 Úřadu průmyslového vlastnictví. Pokud taková žádost nebude podána, tato již beztak bezobsažná národní ochrana konkrétního označení zanikne dle unijní úpravy dnem 02.12.2026. Tuto skutečnost také konstatuje čl. II(2) Zákona 277/2025 Sb.

Bude-li žádost podána a následně současně po národním přezkumu v Česku předána unijnímu úřadu, zůstane národní (bezobsažná) ochrana zachována až do právní moci rozhodnutí unijního úřadu. Samotný národní rejstřík označení původu a zeměpisných označení zůstane dle čl. II Zákona 277/2025 Sb. zachován až do nabytí právní moci rozhodnutí unijního úřadu o poslední z žádosti o ochranu označení českého řemeslného nebo průmyslového výrobku v tomto režimu.

Ve věcech označení původu a zeměpisných označení se posiluje význam Věstníku Úřadu průmyslového vlastnictví. Lze jen doufat, že Úřad průmyslového vlastnictví ČR (dále také jen ÚPV) bude i nadále zpřístupňovat Databázi označení, a to zejména za účelem snadného zpřístupnění obsahu specifikace - která bude prvně zveřejněna ve Věstníku.

Pro úplnost lze ve vztahu k věcnému rozsahu ochrany zbytkových označení původu a zeměpisných označení konstatovat, že i při zrušení katalogu zakázaných jednání (dřívější § 23 zákona 452/2001 Sb.) zůstala zachována ochrana v rámci úpravy nekalosoutěžní - viz. skutková

podstata § 2978 Klamavé označení zboží nebo služby. Žalobce sice nebude nijak zvýhodněn, na druhou stranu ovšem bude moci doložit existující zápis v národním rejstříku. Podle jeho obsahu, zejména v závislosti na úrovni detailnosti popisu zboží, které u některých označení fakticky nahrazuje dle české národní úpravy neexistující specifikaci národně chráněných označení, pak budou šance žalobce vyšší nebo nižší. Formálně existující ochranu však nebude možné popřít. Lze se rovněž opřít o ustanovení § 159a zákona 99/1963 Sb., Občanský soudní řád, když podle odst. 2 je výrok pravomocného rozsudky (m.j. ve věcech nekalé soutěže) závazný i pro jiné tam uvedené osoby, a dále dle odst. 3 je pak výrok rozsudku závazný také pro všechny orgány moci veřejné.

Negativem shora uvedeného a fakticky náhradního řešení je to, že lze jen obtížně dosáhnout ochrany označení proti nelegálnímu jednání běžným postupem - ať již veřejnoprávně dle zákona 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele nebo soukromoprávně dle zákona 221/2006 Sb. Absentuje-li katalog zakázaných jednání (viz. zrušený § 23 zákona 452/2001 Sb.), patrně se nelze domoci ochrany proti neoprávněnému zásahu do práv (§ 4 zákona 221/2006 Sb. nebo § 24 a násl. zákona 634/1992 Sb.) k chráněnému označení bez toho, aniž by byl pravomocným rozsudkem soudu doložen skutek i jeho nezákonný charakter.

Dalším negativem je to, že dle obecné přestupkové úpravy (Zákon 250/2016 Sb. o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich) zahájení, vedení ani ukončení civilního soudního řízení nezpůsobí ani stavení ani přerušování promlčecí doby přestupku - viz. úprava ustanovení §§ 29 - 32 Zákona 250/2016 Sb. S ohledem na sankční sazby přestupků dle § 24 Zákona 634/1992 Sb. proti označením původu a zeměpisným označením bude promlčecí doba 3 roky.

Samozřejmě by bylo možné řešit problém neexistence katalogu zakázaných jednání zasahujících do práv ke zbytkově chráněným národním označením původu a zeměpisným označením poměrně jednoduše i legislativně, a to drobnou novelou zákona 277/2025 Sb.. Stačilo by do ustanovení čl. II(1) Zákona 277/2025 Sb. vtělit odkaz na rozsah ochrany dle § 23 zákona 452/2001 Sb. ve znění do 19.08.2025. Pro kombinaci doznívajícího charakteru úpravy v kombinaci s počátkem nového volebního období a fakticky malým významem tohoto problému z hlediska společnosti ovšem takové řešení nepředpokládám.

Ochrana zeměpisných označení v digitálním prostoru dle českého práva

Jak již bylo shora uvedeno, obecná adaptace českého práva na Nařízení DSA nebyla v Česku dosud provedena. Není úkolem tohoto příspěvku předvídat, kdy a za jakých podmínek se tak v budoucnu stane. Lze pouze konstatovat, že Česko neprovedením adaptace porušuje

povinnosti členského státu. Komise již v dubnu 2024 formálně vyzvala Česko k zajištění nápravy. Poté může následovat formální žaloba k Soudnímu dvoru EU.

Díky nabytí účinnosti Zákona 277/2025 Sb. se od 20.08.2025 situace s adaptací na Nařízení DSA dílčím způsobem změnila. Jde však jen o změnu *de iure* a její význam je fakticky velmi malý. Protože se týká pouze vymáhání ochrany budoucích unijních zeměpisných označení řemeslných a průmyslových výrobků.

Příslušná ustanovení byla ustanovením čl. III Zákona 277/2025 Sb. doplněna do Zákona 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele. Na tento předpis pak m.j. odkazuje co do úpravy kontrolních orgánů označení řemeslných a průmyslových výrobků odkazuje (s účinností od 20.08.2025) také zákon 452/2001 Sb.

Kontrolními a současně dozorovými orgány pro označení řemeslných a průmyslových výrobků dle unijní úpravy jsou již nyní tyto orgány:

- Česká obchodní inspekce (ČOI),
- Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI),
- Český ústav pro zkoušení zbraní a střeliva

a případně také některé další výslovně uvedené v textu zákona. Z tohoto přehledu byly vynechány proto, že kompetence kontrolně-dozorových orgánů je rozdělena dle charakteru výrobku a např. pro léky a léčiva žádné chráněné označení v Česku neexistuje.⁵

Významným nedostatkem této úpravy je ovšem to, že kompetence dozorových orgánů jsou v dikci příslušných ustanovení výslovně vázány na Nařízení (EU) 2023/2411. Pouze ve vztahu k označením chráněným dle tohoto nařízení budou moci kontrolně-dozorové orgány aplikovat opatření proti nelegálnímu obsahu.

Ve vztahu k označením spadajícím do jiných skupin - ať již unijních označení zemědělských výrobků (včetně vín a lihovin) ani doznívající skupiny dosud národně chráněných označení, - ovšem dozorové orgány přijmout opatření proti nelegálnímu obsahu v současnosti přijmout nemohou. Brání tomu neexistence obecné adaptační úpravy v souvislosti s neexistencí výslovné zvláštní adaptační úpravy. Veřejnou moc lze v Česku uplatňovat jen na podkladě zákona a v jeho mezích, což vyplývá z Listiny základních práv a svobod.

Na základě shora uvedeného se dá uzavřít, že:

- ochrana doznívajících národně chráněných označení nezajišťuje ochranu proti nelegálnímu obsahu, a dále také

⁵ Proto není uveden Státní ústav pro kontrolu léčiv, který je jinak v ustanovení § 23a zákona 634/1992 Sb. uveden.

- Česko nezajišťuje ochranu žádnému z označení zemědělských výrobků (včetně vín a lihovin), k čemuž je povinno dle Nařízení (EU) 2024/1143.

Jak lze dosáhnout nápravy?

Pokud jde o doznívající ochranu zbytkových označení původu a zeměpisných označení řemeslných a průmyslových (českých) výrobků, je problémů více. Bez opětovného vtělení katalogu zakázaných jednání (odpovídajícím dřívější dikci § 23 zákona 452/2001 Sb.) je prosazení ochrany velmi obtížné a může se snadno stát, že i v případě zahájení sporu může dojít před jeho ukončením buď ke konverzi ochrany do unijní nebo k zániku ochrany národní. Prosazení správních ochrany je bez katalogu zakázaných jednání pouze v rovině teoretických úvah. A teprve po takové změně by dávalo smysl uvažovat nad ochranou zbytkových označení v digitálním prostoru - prostřednictvím opatření proti nelegálnímu obsahu.

Pokud jde o samotná opatření proti nelegálnímu obsahu, je odpověď na tuto otázku jednoduchá. Jakmile Parlament České republiky přijme adaptační úpravu k Nařízení DSA a nastane účinnost zákona. A to nejlépe i s výslovnou úpravou kompetence některého z orgánů moci veřejné také pro ochranu unijních označení zemědělských výrobků, vín a lihovin. Ta v původní verzi Návrhu zákona o digitální ekonomice obsažena nebyla.

Skutečnost, že si toho problému byli někteří poslanci v minulém volebním období vědomi, lze doložit nejen původním Vládním návrhem Zákona o digitální ekonomice (Sněmovní tisk [776/0](#),⁶ rozeslán 27.08.2024), ale také dnes již historickými pozměňovacími návrhy - viz. [776/3](#)⁷ (rozesláno 14.03.2025). V jednom z pozměňovacích návrhů bylo navrženo vtělit příslušná ustanovení do zákonné úpravy kompetencí Státní zemědělské a potravinářské inspekce, která je obecně kontrolním orgánem ve vztahu k označením zemědělských výrobků, vín a lihovin - s výjimkou označení zemědělských výrobků živočišného původu⁸ a chmele.⁹ Závěrem lze konstatovat, že Návrh zákona o digitální ekonomice měl být projednán ve 3.čtení na několika schůzích Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky - naposled na [142. schůzi](#) (od 11.06.2025). Bohužel k tomu nikdy nedošlo.

Pokud jde o ochranu označení původu a zeměpisných označení v systému doménových jmen, lze naopak krátce a bez dalšího konstatovat, že [Pravidla registrace jmen domén v ccTLD](#)

⁶ dostupný na portálu Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky [revid. 06.11.2025] na adrese: <https://www.psp.cz/sqw/historie.sqw?o=9&T=776>

⁷ dostupný na portálu Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky [revid. 06.11.2025] na adrese: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=252270>

⁸ kontrolními orgány pro označení výrobků živočišného původu je Státní veterinární správa (resp. její příslušné krajské veterinární správy)

⁹ kontrolním orgánem pro označení chmele je Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský

[.cz](https://www.cz.nic) (CZ.nic, verze účinná od 01.05.2024) zařazují mezi *chráněná označení* jak označení původu, tak i zeměpisná označení. Právní důvod ochrany není rozhodující, bude tedy možné doložit jak výpisem z unijního rejstříku, tak i výpisem z národního rejstříku. Nelze se ubránit kritické poznámce, že prosazení ochrany zeměpisného označení v systému doménových jmen v Česku dosáhnout lze, a to v zásadě bez ohledu na absenci národní úpravy.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. MARIE-VIVIEN, D. The International Protection of Geographical Indications: A Complex Bowl of Spaghetti Lacking the Flavour of a Collectively Defined and Controlled Product Specification? In IIC, 2025, 7(56). S. 1261-1264. 25.08.2025. <https://doi.org/10.1007/s40319-025-01631-3>
2. Nařízení (EU) 2022/2065 (Akt o digitálních službách)
3. [Nařízení \(EU\) 2024/1143](#) o zeměpisných označeních pro víno, lihoviny a zemědělské produkty, jakož i zaručené tradiční speciality, a o nepovinných údajích o jakosti pro zemědělské produkty
4. [Nařízení \(EU\) 2023/2411](#) o ochraně zeměpisných označení řemeslných a průmyslových výrobků a o změně nařízení (EU) 2017/1001 a (EU) 2019/1753
5. [Nařízení \(EU\) 2019/1753](#) o opatřeních Unie po jejím přistoupení k Ženevskému aktu Lisabonské dohody o označeních původu a zeměpisných označeních
6. [Sdělení Ministerstva zahraničních věcí č. 30/2023 Sb. m. s.](#) o přístupu České republiky k Ženevskému aktu Lisabonské dohody o označeních původu a zeměpisných označeních
7. [Zákon 277/2025 Sb.](#), kterým se mění zákon 452/2001 Sb., o označeních původu a zeměpisných označeních
8. Zákon 452/2001 Sb., o označeních původu a zeměpisných označeních
9. Zákon 89/2012 Sb., Občanský zákoník
10. Zákon 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
11. Zákon 634/2004 Sb., o správních poplatcích
12. Zákon 221/2006 Sb., o vymáhání práv průmyslového vlastnictví
13. Zákon 99/1963 Sb., Občanský soudní řád
14. Zákon 250/2016 Sb. o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich
15. Vládní návrh zákona o digitální ekonomice - Sněmovní tisk 776, dostupný on-line na adrese: <https://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=9&CT=776&CT1=0>
16. [Pravidla registrace jmen domén v ccTLD .cz](#) (CZ.nic, verze účinná od 01.05.2024)

AI AND AUTOMATIZATION IN PUBLIC ENFORCEMENT OF EU CONSUMER LAW

JUDr. Martin Karim

Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta

martinkarim.mk@gmail.com

Abstrakt

Hromadné škodové udalosti sa v rámci jednotného trhu vyskytujú so stále väčšou frekvenciou, pričom verejné správy sú zároveň pod rastúcim tlakom dosahovať viac s menšími zdrojmi. Tento článok sa zaoberá otázkou (i) do akej miery môžu nástroje umelej inteligencie a automatizácie zlepšiť efektívnosť a účinnosť verejného presadzovania práva EÚ na ochranu spotrebiteľa a aké sú ich hlavné oblasti využitia, a (ii) aké sú súvisiace technické, organizačné a právne výzvy a ako ich možno riešiť. Na základe komparatívnej analýzy piatich členských štátov (Česka, Slovenska, Holandska a Francúzska) a na základe mapovania prípadov využitia umelej inteligencie a existujúcich pilotných projektov tvrdím, že kontroly podporované umelou inteligenciou, algoritmické riadenie prípadov, získavanie dôkazov, triedenie sťažností a profilovanie rizík môžu priniesť významné prínosy v oblasti detekcie a prioritizácie, pokiaľ sú sprevádzané primeranými zárukami, najmä zmysluplným ľudským dohľadom.

Abstract

Mass-harm events occur with increasing frequency in the single market, and, at the same time public administrations are under growing pressure to do more with less. This article asks (i) to what extent artificial intelligence and automation tools can enhance the efficiency and effectiveness of public enforcement of EU consumer protection law and what the principal use cases are, and (ii) what the associated technical, organisational and legal challenges are and how they can be addressed. Based on a comparative analysis of five Member States (Czechia, Slovakia, the Netherlands, and France) and on a mapping of AI use-cases and existing pilots, I argue that AI-powered sweeps, algorithmic case management, evidence-mining, complaint triage, and risk-profiling can deliver significant gains in detection and prioritisation, provided that they are accompanied by appropriate safeguards, especially meaningful human oversight.

Kľúčové slová: Verejné presadzovanie práva. Nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa (CPC). Technológie presadzovania práva. Ochrana spotrebiteľa. Umelá inteligencia.

Key words: Public Enforcement. CPC Regulation. Enforcement Technology. Consumer Protection. Artificial Intelligence.

Introduction

With technological advancements, we are seeing more and more cases where a large number of consumers are affected. But it is driven not only by those but also by cross-border

operations in the EU internal market. We have a consistently growing e-commerce and various very large online platforms. Now, it is possibly shifting into a different gear with the advent of artificial intelligence, which can allow existing players to scale up even further and new players to emerge.

How are consumers protected in this day and age? Consumers can either turn with their claims to the civil justice system or to alternative dispute resolution (ADR). And, importantly, Europe has a strong culture of administrative enforcement. Sometimes, it can serve as an ADR mechanism as well, but more often it serves as surveillance, which can result in imposing sanctions, acting mainly as a deterrent.

At the EU level, the Consumer Protection Cooperation Regulation (EU) 2017/2394 (CPC Regulation) coordinates national authorities, giving them tools like mutual assistance and joint actions. It also provides for an alert system and “sweeps”, coordinated simultaneous investigations of online markets. The CPC Regulation’s 2020 revision strengthened powers (e.g. mystery shopping, web interface takedown, fines) and explicitly recognised the need for tackling online and/or digital infringements.

But the public budgets are under pressure, and the strain is visible also in consumer protection. A European Commission report from 2024 found that enforcement mechanisms need further strengthening to face the multiplication of illegal practices online and low compliance by foreign traders.¹⁰ So, how can more be done with less? Artificial intelligence (AI), especially generative AI based on large language models (LLMs), appears to have the potential to ease some of that strain. But its use is not so straightforward for the competent authorities, both legally and operationally. Still, it has driven interest in automated enforcement tools from resource-strapped authorities.

Riefa and Coll have warned that while AI can be a positive force in consumer law enforcement, its current capabilities are limited, and misuse could even lead to under-enforcement.¹¹ The main legal challenge is compliance with the recently adopted AI Act and with the relevant fundamental rights (on which the AI Act is also largely based). Annex III, point a) of the AI Act designates AI systems as high-risk when (i) used by a judicial authority

¹⁰ EUROPEAN COMMISSION. REPORT FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL on the application of Regulation (EU) 2017/2394 of the European Parliament and of the Council on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (COM(2024) 311 final) 2024 [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52024DC0311>.

¹¹ RIEFA, Ch. - COLL, L. Use of AI Enforcement Technology (EnfTech). In: DIMATTEO, Larry A., PONCIBÓ C. - HOWELLS, G., eds. The Cambridge Handbook of AI and Consumer Law. Cambridge University Press, 2024. DOI: 10.1017/9781009483599.020.

or an alternative dispute resolution body or on its behalf and at the same time (ii) being used to research or interpret the facts and the law and to apply the law to the facts of the case. Recital 61 mentions that “use of AI tools can support the decision-making power of judges or judicial independence but should not replace it: the final decision-making must remain a human-driven activity”. This is a so-called “human-in-the-loop” approach.

Administrative consumer authorities are not per se covered by the definition above, with the possible exception of when they are acting as an ADR body. But one could still argue that the high-risk designation might still be applicable *mutatis mutandis* because their decisions can produce similar effects as the judicial ones. This is important because being classified as high risk puts the system and its provider under stringent obligations across the AI system’s entire lifecycle.

AI use cases in public enforcement

There are a number of relevant potential use cases. For the purposes of the article, I chose to group them in three categories: (i) automated analysis (complaint triage); (ii) (case management, complaints handling and consumer-facing AI assistance); (iii) AI-powered sweeps.

An automated analysis, also referred to as complaint triage, involves the automated analysis of large volumes of consumer complaints using techniques such as natural language processing (NLP) or machine learning (ML), and these can be used by businesses to handle complaints made by their customers.¹² However, applying this large-scale analysis can also be useful for consumer authorities, to improve efficiency by automating the handling process, classifying the urgency, identifying the jurisdiction, and doing a first analysis of the legal issues based on similar complaints. This allows human resources to be allocated more efficiently, addressing high-risk cases faster, and potentially enhancing consistency.

Recently, the Czech European Consumer Centre observed and publicly commented on the new phenomenon of consumers using AI (e.g. chatbots like ChatGPT) to draft complaints. They estimate that these AI-generated complaints now form approximately 60% of consumer submissions.¹³ The problem was that these complaints often included invented legal citations and inaccuracies, caused by the AI “hallucinations”. ČOI has warned that such AI systems “are

¹² BANGA, D. - PEDDIREDDY, K. Artificial Intelligence for Customer Complaint Management. International Journal of Computer Trends and Technology - IJCTT. Seventh Sense Research Group®, 2023, roč. 71. DOI: 10.14445/22312803/IJCTT-V71I3P101.

¹³ ESC: AI může pomoci sepsat stížnost, ale není to právník – COI. In: [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://coi.gov.cz/esc-ai-muze-pomoci-sepsat-stiznost-ale-neni-to-pravnik/>.

not lawyers”, highlighting the need diligence, giving proper instructions, and for human verification of AI outputs. It is not very likely that consumers will stop with using AI tools to avoid contracting a lawyer in low-stakes claims, but on the other hand, the tools will likely get better, and consumers will get better at using them.

One could assume that as this consumer use case goes more mainstream, the numbers of complaints received by the consumer protection authorities will increase significantly. To handle this increased workload, it seems like authorities might be faced with two choices: (i) to use automated analysis, summarization and similar tools to help them process complaints more efficiently (AI-assisted complaints handling); and/or (ii) to put their own AI tools (likely in the form of chatbots) at the disposal of consumers that would produce well-structured and clear complaints via engaging in a conversation with the complainants, asking follow-up questions where necessary or appropriate.

AI could help address the ever-evolving enforcement needs of consumer agencies. The CPC Report found that the new issues linked to the digital and green transition, such as dark patters (digital manipulation), influencer marketing, personalised pricing and risks for consumers in immersive virtual worlds (metaverses) and greenwashing are likely to become a priority.¹⁴ In this respect, consumer authorities could develop (possibly jointly under the CPC Network) specialised tools to address many of these issues. For instance, an AI agent (a tool with a degree of autonomy pursuing a certain goal) might scan hundreds or thousands of product listings on platforms and company websites and analyse risks of greenwashing (misleading sustainability claims), thus conducting AI-powered sweeps that could be done much more regularly or, in some cases, even continuously.

Czechia

The Czech Republic’s National AI strategy (from 2019, updated and expanded with the National AI Strategy 2030 (2024)) focuses on creating a responsible and trusted AI ecosystem, with seven strategic pillars including research, education, labour market impacts, legal and ethical aspects, security, industry, and public administration.¹⁵ Furthermore, it emphasizes digitisation of public administration to provide fast, efficient, and helpful communication with

¹⁴ EUROPEAN COMMISSION. REPORT FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL on the application of Regulation (EU) 2017/2394 of the European Parliament and of the Council on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (COM(2024) 311 final).

¹⁵ Czech Republic AI Strategy Report - AI Watch - European Commission. In: [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: https://ai-watch.ec.europa.eu/countries/czech-republic/czech-republic-ai-strategy-report_en.

the state, leveraging AI and digital technologies. The Czech government also recently approved a draft Implementation of the Act on Artificial Intelligence, introducing a regulatory sandbox for AI system testing, and establishing clear oversight mechanisms for high-risk AI systems. Despite that, no significant in-house AI tools are reported by the Czech Trade Inspection Authority (CTIA, in Czech *Česká obchodní inspekce*, ČOI), and enforcement remains largely manual and complaint-driven.

ČOI has appreciated the new powers arising from the revised CPC Regulation, particularly joint actions, including “sweeps”.¹⁶ These sweeps are increasingly AI-powered. Already in 2022, a sweep on Black Friday sales managed to cover 16 000 products from 176 websites with the help of an AI-based tool provided by the European Commission in the context of the EU e-Lab.¹⁷ The project provides a cloud-based Windows virtual desktop with investigative software tools like domain tools to investigate threats, score risks and identify businesses and individuals behind a website, comprehensive analytics tools covering also social media and the dark web, AI-powered scrapers and a fake review detector.¹⁸ Therefore, ČOI is not AI-averse but chooses to rely mainly on the EU-level tools and efforts.

Slovakia

Slovakia’s approach is similar to the Czech one, being characterised by high-level national commitment to digital transformation and legislative modernization and driven partly by the need to transpose or implement EU-level norms. In 2024, a new Consumer Protection Act (Act No. 108/2024 Coll.) came into force, consolidating and updating rules on unfair practices, contracts, and enforcement measures. The reform was partly due to the need to transpose the Omnibus Directive and the Representative Actions Directive. It granted the Slovak Trade Inspection (STI, in Slovak *Slovenská obchodná inšpekcia*, SOI) enhanced competencies to act effectively in the online environment.

The Strategy of the Digital Transformation of Slovakia 2030 highlighted the necessity of safeguarding consumer rights in the data economy and protecting financial consumers from

¹⁶ HYLMAROVÁ, J. CPC Regulation – practical experience of the enforcement authority. [online]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/110362/SOBOTKOVA%20CTIA.pdf>.

¹⁷ Sweeps - European Commission. In: [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_en.

¹⁸ MARGARITA TUCH. EU eLab: digital solutions for consumer protection. In: [cit. 26.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://static1.squarespace.com/static/638646cea1515c69b8f572cb/t/6447d66b838aac1f90653cf8/1682429548666/DG+JUST+eLab.pdf>.

technological changes.¹⁹ It also mentioned a concept of the "Data-Driven State," where public administration will innovate by improving data use and analytical capabilities and an umbrella AI strategy. Each public administration department should define its AI priorities and measures. However, publicly available official reports from the SOI, such as the annual reports through 2024, generally focus on institutional changes and traditional activity metrics, with only limited evidence of internal proprietary AI development beyond the general goal of digitalisation.²⁰ No significant in-house AI tools SOI are reported, and enforcement remains largely manual and complaint-driven.

The Netherlands

The Dutch experience was marked by a AI-related scandal that brought down a government of Prime Minister Mark Rutte in 2021. AI was used to spot potential fraud in childcare benefit system, but it was mishandled and led even to wrongful enforcements led against families that obtained the benefits rightfully.²¹

The Dutch Authority for Consumers & Markets (ACM) has taken a proactive approach, developing several automated tools for consumer law enforcement, but has not promoted them very visibly. Despite that, it has been successful in addressing “dark patterns” and deceptive online practices. After the EU’s Omnibus Directive took effect (requiring transparency of discounts), ACM built a web-crawling system to detect misleading “countdown timers” and false limited-time offers on e-commerce sites.²²

The ACM has also developed tools to monitor fake discounts (checking if the “previous price” shown was truthful) and to scan for fake reviews and likes trading and monitored prices structurally.^{23,24} In 2020, ACM cracked down on companies selling fake consumer reviews.²⁵

¹⁹ OFFICE OF THE DEPUTY PRIME MINISTER OF THE SLOVAK REPUBLIC FOR INVESTMENTS AND INFORMATIZATION. Strategy of the Digital Transformation of Slovakia 2030. [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://mirri.gov.sk/wp-content/uploads/2019/11/Brochure-SMALL.pdf>.

²⁰ SLOVENSKÁ OBCHODNÁ INŠPEKCIA. Výročná správa 2024. [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.soi.sk/files/documents/kcinnost/2025/vs%202024.pdf>.

²¹ Dutch Rutte government resigns over child welfare fraud scandal. 2021. [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-europe-55674146>.

²² MARKT, Autoriteit Consument & ACM confronts online stores using misleading countdown timers with their practices | ACM. In: 27. 6. 2023 [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.acm.nl/en/publications/acm-confronts-online-stores-using-misleading-countdown-timers-their-practices>.

²³ Webshops opgelet: hoge boetes van ACM dreigen voor gebruik van nepkortingen (machine-translated). In: Maverick Advocaten [cit. 29.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.maverick-law.com/nl/blogs/webshops-opgelet-hoge-boetes-van-acm-dreigen-voor-gebruik-van-nepkortingen.html>

²⁴ Catalogue. In: Enforcement technology [cit. 26.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.enftech.org/catalogue>.

²⁵ MARKT, Autoriteit Consument & ACM takes action against trade in fake reviews and fake likes | ACM. In: 25. 6. 2020 [cit. 26.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.acm.nl/en/publications/acm-takes-action-against-trade-fake-reviews-and-fake-likes>.

Internally, ACM uses data visualization and network analysis software to map relationships (e.g. networks of interconnected web stores) between fraudulent companies.²⁶

Additionally, ACM has piloted an AI system to analyse recorded telemarketing calls for legal violations (using speech-to-text and pattern recognition on call recordings)²⁷. These pilots aim to automatically flag aggressive or unlawful sales tactics from call data, a novel approach to enforce consumer rights in telecommunications. The Netherlands' consumer authority thus demonstrates an innovative mindset, resulting in broad deployment of enforcement technology (EnfTech), with web scrapers, AI analytics, and NLP tools that can directly assist in uncovering infringements that would be hard to detect manually.

On the consumer-facing side, the ACM operates a “Complaint Letter Generator” tool to help consumers draft complaint letters to traders.^{28,29} This is a simpler form of automation (guided form with templates), but it empowers consumers and streamlines the exercise of rights. The *Autoriteit Persoonsgegevens* (AP), while not a consumer authority per se, works alongside ACM on matters at the AI-consumer interface. In October 2025, the AP and ACM issued a joined warning to companies about AI-based chatbots in customer service, stipulating that consumers must always have the option of human contact and must be informed clearly when they are speaking to an AI.³⁰

Finally, ACM recently showed significant interest in auditing algorithms, producing a detailed position paper. They noted their experience in conducting digital investigations, utilizing methods such as administrative assessment, running simulations in isolated environments, and analysing source code to assess algorithmic applications relevant to market conduct, such as those determining prices or influencing consumer offerings. Investigations generally focus on three key questions: the algorithm's role (procedural transparency), its behaviour (explainability), and its functioning (technical transparency).³¹

²⁶ Catalogue.

²⁷ Tamtíež.

²⁸ MARKT, Autoriteit Consument & ACM's letter generator for complaint letters makes it even easier to exercise your rights In: ACM. 26. 10. 2023 [cit. 29.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.acm.nl/en/publications/acms-letter-generator-complaint-letters-makes-it-even-easier-exercise-your-rights>.

²⁹ AUTORITEIT CONSUMENT & MARKT. Draft your letter or e-mail. ConsuWijzer 2025. [cit. 29.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.consuwijzer.nl/en/sample-letters>

³⁰ AP en ACM: chatbot mag mens niet volledig vervangen bij klantenservice | Autoriteit Persoonsgegevens. [cit. 26.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/actueel/ap-en-acm-chatbot-mag-mens-niet-volledig-vervangen-bij-klantenservice>.

³¹ THE NETHERLANDS AUTHORITY FOR CONSUMERS AND MARKETS (ACM). Position Paper Oversight of algorithms.

France

The Ministry of the Economy, Finances, and Industrial and Digital Sovereignty (which includes the French consumer authority, *Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes* (DGCCRF)) showed a very early interest in AI. The DGCCRF actively uses digital innovation, falling under the umbrella of "legal tech", which refers to the use of digital innovations (including technologies powered by artificial intelligence) to support law enforcement and monitor compliance. The DGCCRF's strategy combines crowdsourced data (consumer input), machine learning tools, and traditional enforcement expertise. Its platform SignalConso has collected hundreds of thousands of complaints, which DGCCRF uses to spot recurrent problems and target investigations.^{32,33}

The DGCCRF has deployed AI-powered tools such as Polygraphe, which analyses data to combat fake reviews on the internet and was developed in-house by the DGCCRF's Digital Taskforce and made available to investigators in 2023. Polygraphe's algorithms automatically scrape and analyse online review data (review text, reviewer profiles, product/company info) to flag suspicious patterns that indicate likely fake reviews. Investigators are provided with a dashboard of "suspect" reviews for further examination.³⁴

It has also deployed IA RéponseConso (developed by CEA-List, a research division of another agency working in the energy sector), a generative AI tool integrated into the consumer inquiry service. Each year, the DGCCRF's call center RéponseConso gets tens of thousands of questions/complaints, with 45 278 phone calls and 27 468 letters handled in 2024 alone.³⁵ The new system automatically analyses these messages, and it is retrained every 3 months to improve accuracy.³⁶ Using past responses as training data, it suggests the best matching legal advice paragraphs to include in replies (assigning a confidence score), saving time and

³² BEUC. Legaltech for consumer protection: Opportunities & challenges of digital innovations to support enforcement. 2024 [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2024-117_AI_consumer_protection-enforcement_background_document.pdf.

³³ Consumer protection -SignalConso: a mobile application for the site that protects consumers | Service Public. In: [cit. 29.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.service-public.gouv.fr/particuliers/actualites/A13880?lang=en>

³⁴ Implementation of Polygraph, software to fight against false online reviews. [cit. 01.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://entreprendre.service-public.gouv.fr/actualites/A16625?lang=en>.

³⁵ MSIAH, Shaïma. Bilan de la DGCCRF 2024 et perspectives 2025 | Nos news | La Fédération de la Maille, de la Lingerie & du Balnéaire. [cit. 01.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.la-federation.com/fr/news-brevs/bilan-de-la-dgccrf-2024-et-perspectives-2025-2075.html>.

³⁶ Syndicat CGT CCRF : Compte rendu du GT du CSA R du 4 mars 2025. [cit. 01.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.cgt-ccrf.net/missions/les-comites-techniques/les-comptes-rendus-des-ct-de-la-dgccrf/article/compte-rendu-du-gt-du-csa-r-du-4-mars-2025>.

enhancing consistency.³⁷ Notably, CGT insists that consumers will not interact with a bot directly. Instead, the AI is an internal assistant, and human officials DGCCRF validate all outputs (reportedly accepting only about 50% of suggestions).³⁸ In sum, France has openly embraced AI to streamline complaint handling, detect online fraud, and strategically target enforcement efforts, while maintaining human oversight.

Challenges in AI adoption and potential solutions

For public authorities, there are significant resource constraints. Developing AI tools is expensive, and it requires specialised expertise (data scientists, AI and machine learning experts) that the enforcement agencies traditionally lack.³⁹ Even upskilling current employees with advanced digital skills to use the ready-made tools and understand their limitations can prove to be a challenge.

As a potential solution, more should be invested in capacity-building through dedicated funding (nationally or via EU programs) to equip all consumer authorities with at least basic data analysis tools but also training on how to use them and tailor them to their needs. The cost of legal tech is high, but EU funds (e.g. the Digital Europe Programme) could be accessed to reduce disparities.

But this coin also has another side. One could argue, such as BEUC does, that since multiple agencies and consumer associations are developing similar tools, there is a risk of wasting resources and fragmentation. BEUC suggested that a more coordinated approach (sharing tools across borders and/or between regulators and consumer NGOs, possibly open source) could maximize impact. For example, the Italian consumer group Altroconsumo's CICLE project (real-time complaint analytics) feeds data to the CPC network⁴⁰, and Poland's UOKiK is openly sharing its lessons from the ARBUZ AI project on unfair contract terms⁴¹. These are good practices that should be replicated.

Even when we subscribe to the interpretation that AI systems in administrative proceedings are not high-risk, the authorities have some obligations, such as transparency, GDPR obligations (when handling personal data) and AI literacy obligations. The last one is

³⁷ CEA-LIST. Artificial intelligence helps government agency with letter writing2023 [cit. 01.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://list.cea.fr/en/january-5-2023-artificial-intelligence-helps-government-agency-with-letter-writing/>.

³⁸ Syndicat CGT CCRF : Compte rendu du GT du CSA R du 4 mars 2025.

³⁹ BEUC. Legaltech for consumer protection: Opportunities & challenges of digital innovations to support enforcement.

⁴⁰ Catalogue.

⁴¹ BEUC. Legaltech for consumer protection: Opportunities & challenges of digital innovations to support enforcement.

very important since some researchers have warned against automation bias, which is over-reliance on system outputs.⁴²

While most consumer enforcement actions (e.g. inspecting a business or issuing a fine) are not fully automated in any jurisdiction and still involve human judgment (and it will likely remain so for the foreseeable future), the increasing role of AI tools raises some novel doctrinal questions.

AI Act requires in its Article 14 a meaningful human oversight for high-risk AI systems. This includes the authority to intervene in, override, or stop the AI system's operation, and the competence and training to fully understand its outputs and logic, aiming to minimise risks to health, safety, or fundamental rights. But even for non-high-risk systems, Article 22 GDPR would still apply, which provides that data subjects have the right not to be subject to a decision based solely on automated processing, including profiling, which produces legal effects concerning or similarly significantly affecting them. Where automated decision-making is permitted under Article 22(2) exceptions (contractual necessity, legal authorisation, explicit consent), Article 22(3) GDPR still grants data subjects the right to obtain human intervention, express their point of view, and contest the decision.

Another question concerns the admissibility of AI-driven findings as evidence. In some jurisdictions, courts accept evidence directly from digital tools, while in others, enforcers must independently verify AI-driven findings.⁴³ This patchwork of evidentiary doctrine raises a question whether legal frameworks should not be updated to explicitly address this. Evidence collected via automated means (web-scrapes, mystery bots) without a significant risk for hallucinations could be deemed legally admissible in administrative and judicial proceedings, with appropriate safeguards (and an opportunity to contest its accuracy).

On algorithmic audits, the ACM position paper highlights several major challenges, including the inherent transience of self-learning algorithms and the massive volume of data they process, the complexity of external parties and cloud-based applications (the "chain problem"), issues related to cross-border data storage, and GDPR compliance when accessing large amounts of personal data required for investigation.⁴⁴ Going into potential solutions for these would be outside the bounds of this paper.

⁴² LAUX, Johann a Hannah RUSCHEMEIER. Automation Bias in the AI Act: On the Legal Implications of Attempting to De-Bias Human Oversight of AI. *European Journal of Risk Regulation*. 2025. DOI: 10.1017/err.2025.10033.

⁴³ MARGARITA TUCH. EU eLab: digital solutions for consumer protection.

⁴⁴ THE NETHERLANDS AUTHORITY FOR CONSUMERS AND MARKETS (ACM). Position Paper Oversight of algorithms.

Conclusion

Across the EU, consumer enforcement authorities are testing AI-driven tools for different tasks. Some tasks are completely new, such as complaint triage, market monitoring (sweeps), automatised detection of unfair practices (e.g. dark patterns, fake reviews), and algorithmic audits. However, cutting-edge projects are mostly concentrated in a few countries, while others appear to move slower due to resource constraints or legal uncertainties. This creates a risk of a two-speed Europe in the use of advanced technology in administrative enforcement of consumer law. There is ongoing collaboration in the context of the CPC eLab, which shows significant promise, and which should be reinforced and built upon.

Exchange of views and sharing best practices will also be crucial when it comes to facing novel challenges associated with AI and automatization by consumer authorities. These include attracting experts and upskilling current employees, compliance with the AI Act, GDPR and other relevant norms, admissibility of AI-driven findings as evidence, and algorithmic audits.

REFERENCES

1. AUTORITEIT CONSUMENT & MARKT. Draft your letter or e-mail. ConsuWijzer. 2025. [online]. Dostupné z: <https://www.consuwijzer.nl/en/sample-letters>
2. BANGA, D.- PEDDIREDDY, K. Artificial Intelligence for Customer Complaint Management. International Journal of Computer Trends and Technology - IJCTT. Seventh Sense Research Group®, 2023, roč. 71. ISSN 2231-2803. DOI: 10.14445/22312803/IJCTT-V71I3P101
3. BEUC. Legaltech for consumer protection: Opportunities & challenges of digital innovations to support enforcement. 2024. [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2024-117_AI_consumer_protection-enforcement_background_document.pdf
4. CEA-LIST. Artificial intelligence helps government agency with letter writing2023 [cit. 01.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://list.cea.fr/en/january-5-2023-artificial-intelligence-helps-government-agency-with-letter-writing/>
5. EUROPEAN COMMISSION. REPORT FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL on the application of Regulation (EU) 2017/2394 of the European Parliament and of the Council on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (COM(2024) 311

- final) 2024 [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52024DC0311>
6. HYLMAROVÁ, J. CPC Regulation – practical experience of the enforcement authority. [online]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/110362/SOBOTKOVA%20CTIA.pdf>
 7. LAUX, J. - RUSCHEMEIER, H. Automation Bias in the AI Act: On the Legal Implications of Attempting to De-Bias Human Oversight of AI. *European Journal of Risk Regulation*. 2025, s. 1–16. ISSN 1867-299X, 2190-8249. DOI: 10.1017/err.2025.10033
 8. MARGARITA TUCH. EU eLab: digital solutions for consumer protection. [cit. 26.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://static1.squarespace.com/static/638646cea1515c69b8f572cb/t/6447d66b838aac1f90653cf8/1682429548666/DG+JUST+eLab.pdf>
 9. MARKT, Autoriteit Consument &. ACM confronts online stores using misleading countdown timers with their practices In: ACM. 27. 6. 2023 [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.acm.nl/en/publications/acm-confronts-online-stores-using-misleading-countdown-timers-their-practices>
 10. MARKT, Autoriteit Consument &. ACM takes action against trade in fake reviews and fake likes In: ACM. 25. 6. 2020 [cit. 26.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.acm.nl/en/publications/acm-takes-action-against-trade-fake-reviews-and-fake-likes>
 11. MARKT, Autoriteit Consument &. ACM's letter generator for complaint letters makes it even easier to exercise your rights In: ACM. 26. 10. 2023 [cit. 29.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.acm.nl/en/publications/acms-letter-generator-complaint-letters-makes-it-even-easier-exercise-your-rights>
 12. MSIAH, Shaïma. Bilan de la DGCCRF 2024 et perspectives 2025 | In: Nos news | La Fédération de la Maille, de la Lingerie & du Balnéaire. [cit. 01.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.la-federation.com/fr/news-breves/bilan-de-la-dgccrf-2024-et-perspectives-2025-2075.html>
 13. OFFICE OF THE DEPUTY PRIME MINISTER OF THE SLOVAK REPUBLIC FOR INVESTMENTS AND INFORMATIZATION. Strategy of the Digital Transformation of Slovakia 2030. [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://mirri.gov.sk/wp-content/uploads/2019/11/Brochure-SMALL.pdf>
 14. RIEFA, Christine a Liz COLL. Use of AI Enforcement Technology (EnfTech). In: DIMATTEO, Larry A., Cristina PONCIBÓ a Geraint HOWELLS, eds. *The Cambridge*

- Handbook of AI and Consumer Law. 1. vyd. Cambridge University Press, 2024, s. 193–212. ISBN 978-1-009-48359-9. DOI: 10.1017/9781009483599.020
15. SLOVENSKÁ OBCHODNÁ INŠPEKCIA. Výročná správa 2024. [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.soi.sk/files/documents/kcinnost/2025/vs%202024.pdf>
 16. THE NETHERLANDS AUTHORITY FOR CONSUMERS AND MARKETS (ACM). Position Paper Oversight of algorithms.
 17. AP en ACM: chatbot mag mens niet volledig vervangen bij klantenservice | Autoriteit Persoonsgegevens. [cit. 26.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/actueel/ap-en-acm-chatbot-mag-mens-niet-volledig-vervangen-bij-klantenservice>
 18. Catalogue. In: *Enforcement technology* [cit. 26.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.enftech.org/catalogue>
 19. Consumer protection -SignalConso: a mobile application for the site that protects consumers | Service Public. [cit. 29.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.service-public.gouv.fr/particuliers/actualites/A13880?lang=en>
 20. Czech Republic AI Strategy Report - AI Watch - European Commission. [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: https://ai-watch.ec.europa.eu/countries/czech-republic/czech-republic-ai-strategy-report_en
 21. Dutch Rutte government resigns over child welfare fraud scandal. 2021. [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-europe-55674146>
 22. ESC: AI může pomoci sepsat stížnost, ale není to právník – COI. [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://coi.gov.cz/esc-ai-muze-pomoci-sepsat-stiznost-ale-neni-to-pravnik/>
 23. Implementation of Polygraph, software to fight against false online reviews. [cit. 01.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://entreprendre.service-public.gouv.fr/actualites/A16625?lang=en>
 24. Sweeps - European Commission. [cit. 28.10.2025]. [online]. Dostupné z: https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_en
 25. Syndicat CGT CCRF : Compte rendu du GT du CSA R du 4 mars 2025. [cit. 01.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.cgt-ccrf.net/missions/les-comites-techniques/les-comptes-rendus-des-ct-de-la-dgccrf/article/compte-rendu-du-gt-du-csa-r-du-4-mars-2025>
 26. Webshops opgelet: hoge boetes van ACM dreigen voor gebruik van nepkortingen (machine-translated). In: Maverick Advocaten [cit. 29.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.maverick-law.com/nl/blogs/webshops-opgelet-hoge-boetes-van-acm-dreigen-voor-gebruik-van-nepkortingen.html>

PRÁVNE ASPEKTY OCHRANY SPOTREBITEĽA V PROSTREDÍ FINTECH: REGULAČNÉ VÝZVY A PERSPEKTÍVY

Mgr. Dávid Kis

Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta

david.kis@flaw.uniba.sk

Abstrakt

Článok sa zaoberá komplexnou problematikou ochrany spotrebiteľa v kontexte finančných technológií (FinTech). Analyzuje vzťah medzi inováciami a tradičnými mechanizmami ochrany práv spotrebiteľov na dynamicky sa meniacom finančnom trhu. Významná pozornosť je venovaná kľúčovým výzvam, akými sú informačná asymetria, prístup k informáciám a dôvera spotrebiteľa, ktoré sú nevyhnutné pre efektívne využívanie FinTech služieb. Ďalej sa skúmajú regulačné rámce na národnej a medzinárodnej úrovni, ktoré reagujú na potrebu adaptácie práva vzhľadom na technologický pokrok, vrátane využitia regulačných sandboxov a umelej inteligencie na zabezpečenie ochrany spotrebiteľov. Text poskytuje systematický pohľad na súčasný stav, výzvy a regulatorné prístupy v oblasti ochrany spotrebiteľa v ére digitálnych finančných služieb.

Abstract

The article addresses the complex issue of consumer protection in the context of financial technologies (FinTech). It analyzes the relationship between innovations and traditional mechanisms for protecting consumer rights in a dynamically changing financial market. Significant attention is paid to key challenges such as information asymmetry, access to information, and consumer trust, which are essential for the effective use of FinTech services. Furthermore, the article examines regulatory frameworks at both national and international levels that respond to the need to adapt the law in light of technological progress, including the use of regulatory sandboxes and artificial intelligence to ensure consumer protection. The text provides a systematic overview of the current state, challenges, and regulatory approaches in the area of consumer protection in the era of digital financial services.

Kľúčové slová: FinTech, ochrana spotrebiteľa, informačná asymetria, regulačný sandbox, digitálne finančné služby

Key words: FinTech, consumer protection, information asymmetry, regulatory sandbox, digital financial services

Úvod

Vývoj spoločnosti so sebou nesie aj kreáciu nových práv a možností. Problematické však môže byť z horizontálneho pohľadu na túto vývojovú líniu to, že neustále možno vnímať interakciu nového so starým. V našom prípade je to interakcia nových technológií v sfére FinTech s už zabehnutými metódami a nástrojmi na ochranu spotrebiteľa v konkrétnom právnom poriadku.

Vývoj finančných technológií, známych pod pojmom FinTech, predstavuje zásadný faktor transformačných procesov v oblasti poskytovania finančných služieb a ich regulácie. Tento fenomén kladie nové nároky na právne systémy, ktoré sú zároveň nútené reagovať na dynamiku inovácií a technologických zmien. V kontexte FinTech dochádza k interakcii medzi etablovanými právnymi rámcami a inovatívnymi prístupmi, ktoré často vyvolávajú napätie medzi tradičnými mechanizmami ochrany spotrebiteľa a novými formami finančných produktov a služieb.

Z tohto hľadiska sa skúma problematika postavenia spotrebiteľa v digitálnom finančnom prostredí, kde sa kladie dôraz na význam dôvery, informovanosti a účinnej regulácie ako základných pilierov zabezpečenia spravodlivých podmienok na trhu. S konceptom FinTech je spojený rast komplexnosti finančných inovácií, čo vyvoláva potrebu prehodnotenia a adaptácie existujúcich nástrojov na ochranu spotrebiteľa, aby dokázali adekvátne reflektovať nové technologické a trhové výzvy.

Ďalej sa v tejto súvislosti venuje pozornosť otázkam informačnej asymetrie a prístupu k informáciám, ktoré stoja v centre regulačných diskusií, ako aj významu spätnej väzby od používateľov ako mechanizmu na posilnenie transparentnosti a dôveryhodnosti FinTech služieb. Z analytického hľadiska sa tiež posudzuje diverzita regulačných prístupov na globálnej úrovni, kde chýba jednotná nadnárodná úprava v oblasti ochrany spotrebiteľa, pričom súčasné modely sa odlišujú v závislosti od jurisdikcie a významnú harmonizačnú úlohu zohráva Európska únia.

V neposlednom rade je predstavený koncept regulačného sandboxu ako progresívneho nástroja umožňujúceho testovanie finančných inovácií v kontrolovanom prostredí s dohľadom príslušného orgánu, čo predstavuje inovatívny krok v oblasti tvorby regulačného rámca spájajúceho podporu inovácií s ochranou spotrebiteľa. Tento text je zameraný na komplexnú analýzu uvedených fenoménov a naskladuje otázky týkajúce sa aktuálneho stavu, regulačných prístupov a výziev súvisiacich s ochranou spotrebiteľa v ére FinTech,

Cieľom článku je poukázať na jednotlivé aspekty FinTechu v ktorých sa objavuje ochrana spotrebiteľa, zároveň aj analýza týchto jednotlivých aspektov. Pre naplnenie cieľa sme zvolili hypotézu v znení : *Ochrana spotrebiteľa je v kontexte FinTech iba deklarovaná, pričom nie je pretavená do žiadnych reálnych nástrojov.* Článok využíva analýzu, syntézu, indukciu a dedukciu ako primárne vedecké metódy na verifikáciu hypotézy a naplnenie cieľa.

1. Spotrebiteľ v ére FinTech

Vznik pojmu FinTech, ako aj kreácia jeho obsahu mali za následok rozšírenie možností, ktorými sú finančné služby kreované, poskytované a prijímané. Skepticizmus vo vzťahu k týmto inováciám nepramenil od počiatku čisto z argumentácie v prospech adekvátnej ochrany práv spotrebiteľov. Jednotlivé subjekty finančného trhu nazerali na inovácie ako na niečo, čo má potenciál ohroziť stabilitu trhu. Ak by sme použili prípad štandardného modelu poskytovania služieb bankami contra crowdfundingové platformy, tak rovnako môžeme dôjsť k záveru, že crowdfunding sa vymyká akejkolvek zaužíwanej norme a banky môžu mať logicky svoje výhry. Prvá alternatíva je teda vnímaná skôr negatívne, avšak integrácia FinTech inovácií z perspektívy spotrebiteľa je vždy niečo pozitívne. Konkrétne je to pozitívne z titulu rozšírenia možností a služieb, ktoré môže daný spotrebiteľ čerpať. Okrem uvedeného možno vnímať pozitívum aj vo forme narušenia už existujúcej dynamiky finančného trhu, čo si vieme predstaviť na prípade, že sa na trhu objaví „nový hráč“, ktorý do tohto momentu neexistoval a následne začne poskytovať buď doteraz nepoznanú službu alebo službu už existujúcu ale novým spôsobom. Narušením dynamiky trhu sa „oživí“ trh a objavia sa na ňom noví poskytovatelia služieb alebo nové druhy služieb, ktoré sú viac šité na mieru spotrebiteľom.⁴⁵

Ako sme už naznačili, v tomto vzťahu vystupuje spotrebiteľ až sekundárne. Sekundarita neznamena nevyhnutne, že je to menej dôležitý aspekt vzťahu inovácia contra štandardný model finančných služieb. Sekundaritou rozumieme to, že inovácia prichádza do stretu so spotrebiteľom až v ďalšom rade, teda až po zavedení na konkrétny finančný trh, nakoľko inovácia, teda nová služba má vždy svojich spotrebiteľov. Dnes už však platí, že dôvera spotrebiteľa v inováciu, ako aj v akúkoľvek technológiu je kľúčovým aspektom pri posudzovaní tej ktorej inovácie. Okrem uvedeného môžeme s presvedčením vyjadriť záver, že FinTech je veľmi lákavý a rovnako je vnímaný ako niečo pozitívne pre spotrebiteľov, nakoľko má potenciál šetriť čas, financie a rozširuje možnosti, ktoré majú spotrebiteľia na finančnom trhu.⁴⁶

Z doterajšieho sa môže zdať, že poskytovatelia služieb, spotrebiteľia a regulátori sú striktne oddelené entity, hlavne čo sa týka ich činnosti na finančnom trhu. Opak je však pravdou a platí, že pre správne fungovanie FinTechu v praxi musia tieto subjekty spolupracovať za účelom zabezpečenia vzájomného prospechu. Tým máme na mysli kreovanie jednotnej

⁴⁵ FAOUR, A., AL-SOWAIDI, A.Saif.S.S. Fintech Revolution: How Established Banks Are Embracing Innovation to Stay Competitive. In: Journal of Business and Management Studies [online]. 2023, roč. 5, č. 5, s. 167 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.32996/jbms.2023.5.5.14.

⁴⁶ GHOSH, A., AASHI FARMANIA. FinTech: An Exploratory Study of Consumer Perceptions. In: [online]. 2025, s. 2-4 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.13140/RG.2.2.18498.08648.

metodológie za cieľom zabezpečenia efektivity a transparentnosti so zreteľom na ochranu jednotlivých práv spotrebiteľa. Možno povedať, že najväčšie riziko v dnešnej digitálnej dobe môže predstavovať zber a ochrana dát vo forme osobných údajov spotrebiteľov. V tejto rovine je rovnako dôležitá spolupráca subjektov, avšak vedúcu úlohu preberá regulátor, ktorého úlohou je jednak monitorovanie aktuálneho stavu v oblasti finančných inovácií a zároveň aj kreovanie jednotlivých mechanizmov na ochranu práv spotrebiteľa.⁴⁷

Ako sme už vyššie naznačili, tak ohrozenie práv spotrebiteľa nie je čisto domnienka alebo fiktívna situácia ale je to každodenná realita. S vznikom novej metódy na predchádzanie hrozieb vznikajú priamoúmerne aj nové hrozby. Okrem ohrozenia prichádzajú do úvahy aj situácie, kedy niekto zneužije právo. Tento subjekt teda pozná právo dostatočne na to, aby svoje konanie prispôbil tak, aby zákonnú reguláciu v rovine ochrany spotrebiteľa obišiel a nemusel sa mu podriaďovať, čím poškodí práva, ktoré by inak spotrebiteľ v danej situácii mal.⁴⁸

2. Informačná asymetria a prístup k informáciám ako výzva pre spotrebiteľa

Jednou z výziev, ktorým čelí spotrebiteľ v oblasti FinTech je informačná medzera alebo aj informačná asymetria, obdobne aj prístup k akýmkoľvek informáciám.

Informáciu je možné označiť za pomerne silný nástroj, ktorým by mal disponovať spotrebiteľ, aby vedel svoje ekonomické záujmy relevantne a adekvátne nastaviť a aby tak mohol svoje finančné zdroje adekvátne prerozdeľovať, investovať a míňať na finančnom trhu. Ak si teda predstavíme spotrebiteľa na finančnom trhu, ktorý participuje vo využívaní rôznych služieb a produktov, tak okrem toho aj zbiera a využíva rôzne informácie, ideálne čo najrelevantnejšie pre neho samého, čím následne dospeje k záveru, ktoré služby alebo produkty sú pre neho najvhodnejšie.⁴⁹

FinTech inovácie sú pomerne sofistikované a náročné na aplikáciu, hlavne ak ubehol krátky čas od ich vzniku. Tejto sofistikovanosti by mala byť priamoúmerná aj úroveň informácií, ktoré vo vzťahu k nim obdrží potenciálny spotrebiteľ, a teda čím komplikovanejšiu inováciu ide využiť alebo finančne podporiť, tým viac by jej mal rozumieť. Všeobecne je možné badať trend, ktorý hovorí, že spotrebiteľia sú viac naklonení jednoduchším inováciám, kde sú teda aj jednoduchšie informácie, ktoré potrebuje spotrebiteľ spracovať na pochopenie inovácie.

⁴⁷ ALDBOUSH, H.H.H., FERDOUS, M. Building Trust in Fintech: An Analysis of Ethical and Privacy Considerations in the Intersection of Big Data, AI, and Customer Trust. In: International Journal of Financial Studies [online]. 2023, roč. 11, č. 3, s. 5 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.3390/ijfs11030090.

⁴⁸ KLEIN, J., OGDEN, T. Lessons for global microfinance from . . . the United States? In: Oxford Review of Economic Policy [online]. 2024, roč. 40, č. 1, s. 18-20 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.1093/oxrep/grad057.

⁴⁹ BARBU, C.M. et al. Customer Experience in Fintech. In: Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research [online]. 2021, roč. 16, č. 5, s. 1416-1417 [cit. 11.10.2025]. DOI: 10.3390/jtaer16050080.

Informovanosť má teda vplyv aj na jav, kedy sú niektoré subjekty informované viac než iné. Logicky budú nositeľmi najlepších informácií poskytovateľa služieb na finančnom trhu, zatiaľ čo tou menej informovanou skupinou budú práve spotrebitelia. Tento opísaný jav je informačnou asymetriou. Aby sa zamedzilo tejto asymetrii, interagujú spolu jednotlivé práva a povinnosti. Povinnosťou poskytovateľa služby je čo najviac informovať spotrebiteľov. Právom spotrebiteľov je dožadovať sa jednotlivých informácií. Nad touto interakciou stojí regulátor, ktorý využíva regulačné nástroje, aby modifikoval a kreoval dané práva a povinnosti.⁵⁰

V rovine prístupu k informáciám považujeme za potrebné zdôrazniť aj interakciu medzi jednotlivými spotrebiteľmi navzájom. Tým máme na mysli spätnú väzbu vo vzťahu k danej inovácii, produktu alebo službe. Takto si spotrebiteľ kreuje názor ešte predtým, než by sám participoval na danej inovácii alebo predtým než by službu využil on sám. Daný jav má vplyv aj na samotného inovátora alebo poskytovateľa služby, takto sa posilňuje alebo naopak oslabuje jeho meno na danom trhu. To znamená, že dostatočne silná negatívna spätná väzba môže mať za účel postupný zánik danej služby, nakoľko by ju nikto nevyužíval a *vice versa*.⁵¹

Právo na prístup k informáciám musí byť zaručené za každých okolností, dokonca aj ak je služba poskytovaná cezhranične. Toto cezhraničné poskytnutie služby vyplýva aj z digitálneho charakteru FinTech inovácií. Národná regulácia síce zaviedla práva spotrebiteľov, avšak tie musia byť reflektované aj cezhranične. Tento globálny aspekt práv musí zahŕňať prístup k informáciám v hmotnoprávnom rozmere a teda aj jednotlivé aspekty, ktoré spravujú predmetné poskytnutie služby ako aj službu samotnú. Okrem toho musia mať spotrebitelia priznané aj procesné aspekty ochrany svojich práv v rovine ich ochrany pred súdom v prípade porušenia ich práv.⁵²

Prístup k informáciám má dopady aj na dôveru spotrebiteľov. Dôvera má následne vplyv na vôľu, ktorou sa následne zavádzajú FinTech inovácie. Uvedené vyplýva z toho, že pri digitálnych službách, ktorými sú aj FinTech, sa pracuje s obrovským množstvom pomerne citlivých dát, ktoré by mali byť tými nechránenejšími. Spotrebitelia teda musia veriť danej

⁵⁰ GICHURU, L., NAMADA, J.M. Regulatory Requirements and Financial Inclusion in FinTech Companies: In: International Journal of Applied Management Theory and Research [online]. 2022, roč. 4, č. 1, s. 3 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.4018/IJAMTR.300345.

⁵¹ SRI DIWYA, K.G. et al. THE ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF CONSUMER RESONANCE AND ATTITUDE TOWARDS FINTECH: AN EMPIRICAL INVESTIGATION. In: International Journal of Social Sciences and Management Review [online]. 2025, roč. 08, č. 04, s. 5 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.37602/IJSSMR.2025.8401.

⁵² OKTAVIANA AYU SEKAR A, PRASTYANTI, R.A. Consumer Rights in the Fintech Lending Era Amid Legal Challenges of a Borderless World. In: International Journal of Law and Society [online]. 2025, roč. 2, č. 3, s. 254 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.62951/ijls.v2i3.577.

inovácii alebo službe. Dôverou sa môže myslieť aj absencia strachu pred zneužitím ich osobných údajov. Bez dôvery v danú FinTech službu alebo inováciu nemá následne táto služba zmysel, nakoľko by jej nedôveroval žiaden spotrebiteľ, a teda by nemala žiadnych užívateľov, participantov a podobne.⁵³

3. Regulačné prístupy k ochrane spotrebiteľa

Ako bolo vyššie naznačené, nie je možné jednotne opísať formy regulácie práv spotrebiteľa pre celý FinTech ekosystém plošne. Uvedené vyplýva zo skutočnosti, že tento ekosystém sa vyskytuje v rôznych právnych poriadkoch a jurisdikciách po celom svete. Je teda pomerne logické, že neexistuje žiadna forma globálnej právnej úpravy.

Aj napriek uvedenému je možné vnímať presahy do viacerých právnych poriadkov súčasne, kedy má viacero štátov jednotnú úpravu. Takto zjednotená je oblasť ochrany osobných údajov v podmienkach Európskej únie je oblasť GDPR vo forme nariadenia 2016/679. Toto nariadenie upravuje spôsob akým je zaobchádzané s dátami spotrebiteľov, konkrétne by to malo byť bezpečne a transparentne. Okrem oblasti údajov je jednotne upravená aj autentifikácia pri online platbách vo forme nariadenia PSD2. Takúto plošnú úpravu však nemožno nájsť napríklad v Spojených štátoch amerických. V ich prípade je regulácia ponechaná v diskrecii jednotlivých štátov federácie. Okrem týchto dvoch svetových hráčov platí takmer v celom globálnom priestore, že nejestvuje nadnárodná úprava, ktorá by sa týkala ochrany práv spotrebiteľov v oblasti FinTech. Odhliadnuc od týchto prekážok platí, že platné a účinné právo musí neustále napredovať, aby držalo krok s neustále sa vyvíjajúcimi technológiami.⁵⁴

Okrem uvedených metód je možné uvažovať o nadstavbe vo forme integrácie umelej inteligencie v oblasti kyberbezpečnosti. Konkrétne sa umelá inteligencia aplikuje v oblasti detekcie bezpečnostných prienikov a hrozieb. Svoje využitie nachádza aj pri detekcii podvodov a monitorovaní transakcií, rovnako aj pri analýzach používateľského správania a pri vyhotovovaní predikcií. V neposlednom rade nachádza svoje uplatnenie aj pri samotnej správe bezpečnostných informácií, ako aj pri kreovaní nových metodík, postupov alternatívne nástrojov na efektívnejšiu správu systémov. V kontexte uvedeného môžeme povedať, že aplikovanie umelej inteligencie v sfére FinTech má svoje opodstatnenie. Jedným z dôvodov je

⁵³ TAN, J. Research on the Role of AI in FinTech and Consumer Trust. In: SHS Web of Conferences 2025, roč. 213, s. 2 [cit. 01.10.2025]. [online]. DOI: 10.1051/shsconf/202521301012.

⁵⁴ Consumer Protection Mechanisms in the FinTech Sector. In: ResearchGate s. 3-4 [cit. 01.10.2025]. [online].

Dostupné z:

https://www.researchgate.net/publication/391497463_Consumer_Protection_Mechanisms_in_the_FinTech_Sector.

potreba spracovávaní obrovského množstva dát, na ktoré človek nemá kapacitu. Akékoľvek úkony človeka dokáže robiť umelá inteligencia efektívnejšie a hlavne rýchlejšie. Pri takomto pomerne širokom vymedzení je opodstatnené tvrdenie, že umelá inteligencia predstavuje samostatný nástroj na ochranu spotrebiteľov na finančnom trhu.⁵⁵

Roztrieštenosť práva ochrany spotrebiteľa v sfére FinTech však nesmie mať za následok menší rozsah práv spotrebiteľa v jednej jurisdikcii, ktorý by však mal v druhej jurisdikcii. Ak by sme to mali konkrétne kvantifikovať, tak bez ohľadu na to, v ktorom štáte posudzujeme regulačný rámec, musia všetky spĺňať isté atribúty. Vo vzťahu k spotrebiteľom musia tieto rámce spĺňať adekvátnu mieru poskytnutia informácií spotrebiteľom o inovácii alebo službe, na ktorom by bola prospešná pre spotrebiteľa jeho participácia. Tomuto aspektu sme sa už venovali vyššie, a teda nepovažujeme za účelné sa tomu opäť venovať. Druhým aspektom by malo byť adresovanie pripomienok zo strany spotrebiteľa. Tento aspekt sme tiež riešili podrobnejšie v rámci spätnej väzby spotrebiteľa. Rovnako musia všetky regulačné rámce garantovať adekvátnu ochranu spotrebiteľa a jeho práv v prípade ak by poskytovateľ služieb porušil nejakú povinnosť. Tento bod zahŕňa aj nekalosúťažné konanie, ako aj jeho akúkoľvek obdobu. Obdobne dôležitým je aj aspekt následnej kompenzácie v prípade, ak už dôjde k porušeniu práv spotrebiteľa. Posledným aspektom, ktorý by však mal byť pretavený do všetkých predchádzajúcich, je nastavenie jednotlivých ochranných mechanizmov tak, aby budovali dôveru spotrebiteľov, a aby rozvíjali ich priazeň pre participáciu na FinTech inováciách.⁵⁶

Vo veci rozhodovacieho procesu spotrebiteľov, ktorý sme už načrtli uvádzame, že rôzne prístupy regulátora, ktorým sa kreujú jednotlivé formy právnej úpravy FinTech sú spôsobilé, aby ovplyvnili spotrebiteľa počas toho, ako sa spotrebiteľ rozhoduje pre rôzne služby. Uvedené vyplýva zo skutočnosti, že tieto rozhodovacie procesy sú podvedome ovplyvňované a jednotlivé aspekty regulácie môžu toto rozhodovanie pozitívne alebo naopak negatívne ovplyvniť. Túto skutočnosť uvádzame, nakoľko je veľmi dôležité uvedomiť si, že dôležitosť spotrebiteľa nie je pre FinTech triviálna. Jeho význam je ten, že je bázou finančných technológií

⁵⁵ OLUWABIYI OLUWAWAPELUMI AJAKAYE et al. Integrating Artificial Intelligence in organizational cybersecurity: Enhancing consumer data protection in the U.S. Fintech Sector. In: World Journal of Advanced Research and Reviews [online]. 2025, roč. 26, č. 1, s. 2806-2807 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.30574/wjarr.2025.26.1.1421.

⁵⁶ WARDHANI, N.E. A Legal Perspective on the Antecedents of Consumer Protection in Digital Financial Services. In: Shirkah: Journal of Economics and Business [online]. 2023, roč. 9, č. 1, s. 23-24 [cit. 11.10.2025]. DOI: 10.22515/shirkah.v9i1.667.

a bez spotrebiteľa by nemalo zmysel kreovať inovácie, nakoľko by nemali konkrétnych adresátov a nemali by teda využitie.⁵⁷

3.1 Ochrana práv spotrebiteľa na príklade Regulačného Sandboxu

Aby sme demonštrovali aspoň niektoré atribúty ochrany spotrebiteľa, zvolili sme jeden z možných nástrojov FinTech, teda Regulačný Sandbox, na ktorom poukážeme na to, akým spôsobom chráni spotrebiteľov v praxi.

Participant ešte pred umožnením vstupu do sandboxu už dnes v takmer každej jurisdikcii musí preukázať ako predíde tomu, aby bolo uškodené spotrebiteľom, alternatívne, ak by aj vznikla takáto škoda na právach, musí preukázať ako by sa následne vyrovnal so spotrebiteľmi. Konkrétne Utah a Arizona vyžadujú od participantov, aby mali adekvátne poistenú situáciu v prípade eventuálneho neúspechu testovanej inovácie. Samozrejme, efektivita takéhoto zabezpečenia závisí od dôslednosti regulátora, ktorý dohliada na priebeh sandboxového testovania.⁵⁸

Záver

FinTech prináša do finančného sektora nové technológie, ktoré zásadne ovplyvňujú podobu poskytovania služieb a rozširujú možnosti spotrebiteľov, pričom zároveň narúšajú tradičné formy ochrany ich práv. Spotrebiteľ sa síce javí ako sekundárny aktér vo vzťahu k inováciám, avšak v digitálnej dobe je jeho dôvera a informovanosť kľúčová pre úspech akýchkoľvek nových služieb. FinTech je pre spotrebiteľov výhodný vďaka šetreniu času, peňazí a rozšíreniu dostupných možností, avšak každá inovácia so sebou nesie aj nové hrozby - vznikajú riziká spojené so zneužitím práv, obchádzaním regulácie i s ochranou osobných údajov.

Jednou z najväčších výziev zostáva informačná asymetria, kde poskytovatelia služieb disponujú relevantnejšími informáciami než spotrebiteľia. Povinnosťou poskytovateľa je preto informovať spotrebiteľa čo najširšie, pričom regulačné orgány zohrávajú ústrednú rolu v nastavení fungovania týchto vzťahov a zabezpečení efektívnych právnych mechanizmov. Prístup k informáciám, spätná väzba a transparentnosť sú základom dôvery spotrebiteľa v

⁵⁷ ZICK, S. FinTech and Consumer Protection: How to Guide a Consumer Towards a Better Decision. In: *SSRN Electronic Journal* [online]. 2018, s. 15 [cit. 11.10.2025]. DOI: 10.2139/ssrn.3173609.

⁵⁸ KNIGHT, B., MITCHELL, T. The Sandbox Paradox: Balancing the Need to Facilitate Innovation with the Risk of Regulatory Privilege. In: *SSRN Electronic Journal* [online]. 2020, s. 20 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.2139/ssrn.3590711.

inovácie. Dôvera je zásadná nielen pre ochotu využívať FinTech služby, ale aj pre ich samotnú existenciu – bez nej by neexistovali užívatelia, ani priestor pre ďalší rozvoj.

Z regulačného pohľadu je FinTech ekosystém decentralizovaný, nakoľko neexistuje celosvetová jednotná úprava ochrany spotrebiteľa, zatiaľ čo EÚ harmonizuje kľúčové oblasti ako ochranu osobných údajov (GDPR) a autentifikáciu platieb (PSD2). V Spojených štátoch amerických a ďalších jurisdikciách sú pravidlá fragmentované podľa miestnych právnych rámcov. Efektívna ochrana zahŕňa nielen poskytovanie informácií a reakciu na podnety spotrebiteľov, ale aj garanciu kompenzácie a nastavenie mechanizmov budujúcich dôveru. Umelá inteligencia predstavuje ďalšiu vrstvu ochrany – využíva sa na detekciu podvodov, analýzy správania a spracovanie veľkého objemu dát, čím môže zvýšiť bezpečnosť finančných inovácií.

Regulačný Sandbox je príkladom dobrej praxe, nakoľko umožňuje testovať nové služby v kontrolovanom prostredí, kde musí byť ochrana spotrebiteľa demonštrateľná pred vstupom i počas testovania. Poistenie škôd či povinné mechanizmy kompenzácie predstavujú dôkaz, že inovácie môžu existovať súčasne s vysokým štandardom ochrany. Na záver platí, že ochrana spotrebiteľa vo FinTech je neustály proces, ktorý musí reflektovať technologický vývoj a zároveň udržiavať vysokú dôveru spotrebiteľov, pretože bez ich aktívnej účasti by inovačný potenciál FinTech zostal nevyužitý.

V kontexte vyššie uvedeného považujeme cieľ článku za naplnený, nakoľko článok poukazuje na jednotlivé aspekty ochrany spotrebiteľa v oblasti FinTech a analyzuje ich. Okrem naplnenia cieľa považujeme hypotézu v znení “*Ochrana spotrebiteľa je v kontexte FinTech iba deklarovaná, pričom nie je pretavená do žiadnych reálnych nástrojov.*” za vyvrátenú, nakoľko sme jednotlivými metódami v článku ustálili, že pri jednotlivých finančných technológiách nestačí deklarovať, že je v záujme chrániť spotrebiteľa ale nevyhnutné je reálne tomu prispôbovať regulačné mechanizmy.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. ALDBOUSH, H. H. H.- FERDOUS, M. Building Trust in Fintech: An Analysis of Ethical and Privacy Considerations in the Intersection of Big Data, AI, and Customer Trust. In: *International Journal of Financial Studies* [online]. 2023, roč. 11, č. 3, s. 90 [cit. 01.10.2025]. ISSN 2227-7072. DOI: 10.3390/ijfs11030090
2. BARBU, C. M. et al. Customer Experience in Fintech. In: *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* [online]. 2021, roč. 16, č. 5, s. 1415-1433 [cit. 11.10.2025]. ISSN 0718-1876. DOI: 10.3390/jtaer16050080

3. Consumer Protection Mechanisms in the FinTech Sector. In: ResearchGate [cit. 01.10.2025]. [online]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/391497463_Consumer_Protection_Mechanisms_in_the_FinTech_Sector
4. FAOUR, A.- AL-SOWAIDI, A. S. S. S. Fintech Revolution: How Established Banks Are Embracing Innovation to Stay Competitive. In: Journal of Business and Management Studies [online]. 2023, roč. 5, č. 5, s. 166-172 [cit. 01.10.2025]. ISSN 2709-0876. DOI: 10.32996/jbms.2023.5.5.14
5. GHOSH, A.- AASHI FARMANIA. FinTech: An Exploratory Study of Consumer Perceptions. In: [online]. 2025 [cit. 01.10.2025]. DOI: 10.13140/RG.2.2.18498.08648
6. GICHURU, L.- NAMADA, J. M. Regulatory Requirements and Financial Inclusion in FinTech Companies: In: International Journal of Applied Management Theory and Research [online]. 2022, roč. 4, č. 1, s. 1-13 [cit. 01.10.2025]. ISSN 2572-4819, 2572-4827. DOI: 10.4018/IJAMTR.300345
7. KLEIN, J.- OGDEN, T. Lessons for global microfinance from . . . the United States? In: Oxford Review of Economic Policy [online]. 2024, roč. 40, č. 1, s. 18-29 [cit. 01.10.2025]. ISSN 0266-903X, 1460-2121. DOI: 10.1093/oxrep/grad057
8. KNIGHT, B. - MITCHELL, T. The Sandbox Paradox: Balancing the Need to Facilitate Innovation with the Risk of Regulatory Privilege. In: SSRN Electronic Journal [online]. 2020 [cit. 01.10.2025]. ISSN 1556-5068. DOI: 10.2139/ssrn.3590711
9. OKTAVIANA AYU SEKAR A, PRASTYANTI, Rina Arum. Consumer Rights in the Fintech Lending Era Amid Legal Challenges of a Borderless World. In: International Journal of Law and Society [online]. 2025, roč. 2, č. 3, s. 258-270 [cit. 01.10.2025]. ISSN 3046-9562, 3046-9619. DOI: 10.62951/ijls.v2i3.577
10. OLUWABIYI OLUWAWAPELUMI AJAKAYE et al. Integrating Artificial Intelligence in organizational cybersecurity: Enhancing consumer data protection in the U.S. Fintech Sector. In: World Journal of Advanced Research and Reviews [online]. 2025, roč. 26, č. 1, s. 2802-2821 [cit. 01.10.2025]. ISSN 25819615. DOI: 10.30574/wjarr.2025.26.1.1421
11. SRI DIWYA, K. G. et al. THE ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF CONSUMER RESONANCE AND ATTITUDE TOWARDS FINTECH: AN EMPIRICAL INVESTIGATION. In: International Journal of Social Sciences and Management Review [online]. 2025, roč. 08, č. 04, s. 01-22 [cit. 01.10.2025]. ISSN 25820176. DOI: 10.37602/IJSSMR.2025.8401

12. TAN, J. Research on the Role of AI in FinTech and Consumer Trust. In: SHS Web of Conferences [online]. 2025, roč. 213, s. 01012 [cit. 01.10.2025]. ISSN 2261-2424. DOI: 10.1051/shsconf/202521301012
13. WARDHANI, N. E. A Legal Perspective on the Antecedents of Consumer Protection in Digital Financial Services. In: Shirkah: Journal of Economics and Business [online]. 2023, roč. 9, č. 1, s. 17-32 [cit. 11.10.2025]. ISSN 2503-4243, 2503-4235. DOI: 10.22515/shirkah.v9i1.667
14. ZICK, S. FinTech and Consumer Protection: How to Guide a Consumer Towards a Better Decision. In: SSRN Electronic Journal [online]. 2018 [cit. 11.10.2025]. ISSN 1556-5068. DOI: 10.2139/ssrn.3173609

ZODPOVEDNOSŤ ZA ŠKODU ZO SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLÚV⁵⁹

Mgr. Marek Kohút

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Právnická fakulta

marek.kohut@student.upjs.sk

Abstrakt

Článok sa zaoberá právnou úpravou zodpovednosti za škodu v kontexte spotrebiteľských zmlúv v právnych podmienkach Slovenskej republiky. V prvej časti vysvetľuje všeobecnú zodpovednosť za škodu podľa Občianskeho zákonníka vrátane subjektívnej (zavinenie) a objektívnej (bez zavinenia) zodpovednosti a vymedzenia všeobecnej a osobitnej zodpovednosti. Druhá časť poskytuje teoretický výklad spotrebiteľských zmlúv – definuje pojem spotrebiteľskej zmluvy, spotrebiteľa a obchodníka, opisuje základné princípy a špecifiká ochrany spotrebiteľa v slovenskom práve s dôrazom na Občiansky zákonník a nový zákon č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa. Tretia časť prepája obe oblasti a rozoberá zodpovednosť za škodu vyplývajúcu zo spotrebiteľských zmlúv, so zameraním na zvýšenú ochranu spotrebiteľa – najmä neprípustnosť vopred dohodnutých ustanovení vylučujúcich zodpovednosť (exkulpačných doložiek) a osobitnú úpravu zodpovednosti za škodu spôsobenú vadnými výrobkami. Štvrtá časť analyzuje relevantnú judikatúru Súdneho dvora Európskej únie, ktorá ilustruje uvedené princípy na konkrétnych prípadoch, a poukazuje na vplyv európskeho práva na oblasť zodpovednosti za škodu v spotrebiteľských vzťahoch.

Abstract

The article deals with the legal regulation of liability for damages in the context of consumer contracts under the legal framework of the Slovak Republic. The first part explains the general concept of liability for damages under the Civil Code, including subjective liability (based on fault) and objective liability (without fault), as well as the distinction between general and special liability. The second part provides a theoretical interpretation of consumer contracts – it defines the notions of a consumer contract, consumer, and trader, and describes the fundamental principles and specific features of consumer protection in Slovak law, with emphasis on the Civil Code and the new Act No. 108/2024 Coll. on Consumer Protection. The third part connects both areas and discusses liability for damages arising from consumer contracts, focusing on the enhanced protection of consumers – in particular, the inadmissibility of pre-agreed exculpatory clauses excluding liability, and the special regime governing liability for damage caused by defective products. The fourth part analyzes relevant case law of the Court of Justice of the European Union (CJEU), which illustrates these principles through concrete cases and highlights the influence of European law on the field of liability for damages in consumer relations.

Kľúčové slová: náhrada za škodu, spotrebiteľské zmluvy, ochrana spotrebiteľa, spotrebiteľské spory

Key words: compensation for damage, consumer contracts, consumer protection, consumer disputes

⁵⁹ Príspevok je výstupom projektu VEGA č. 1/0431/23 „Konkurencia záujmov spotrebiteľov a obchodníkov pri dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb na jednotnom digitálnom trhu s dôrazom na právne a ekonomické aspekty.“

1. Všeobecná zodpovednosť za škodu v slovenskom práve

Právny poriadok SR zakotvuje všeobecnú zodpovednosť za škodu v šiestej časti Občianskeho zákonníka (zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov, ďalej len „Občiansky zákonník“ alebo „OZ“). Zodpovednosť za škodu sa chápe ako sekundárna povinnosť subjektu, ktorý porušil svoju primárnu právnu povinnosť a spôsobil tým škodu. Základným princípom je generálna prevencia – každý je povinný počínať si tak, aby svojim konaním nespôsobil inému škodu na zdraví, majetku, prírode či životnom prostredí (§ 415 OZ). Ak dôjde k porušeniu tejto povinnosti a následne ku vzniku škody, nastupuje zodpovednosť za škodu pri splnení zákonných predpokladov.

1.1 Predpoklady vzniku zodpovednosti za škodu

V občianskom práve je zodpovednosť za škodu založená na splnení štyroch základných predpokladov. Prvým z nich je protiprávny úkon alebo kvalifikovaná udalosť, teda tzv. protiprávny stav. Protiprávnym úkonom sa rozumie správanie fyzickej alebo právnickej osoby, ktoré je v rozpore s objektívnym právom - môže ísť o konanie alebo opomenutie. Konanie predstavuje aktívne narušenie právnych noriem, zatiaľ čo opomenutie spočíva v neplnení povinností, ktoré osobe právne predpisy ukladajú. Podstata protiprávnosti spočíva v tom, že došlo k porušeniu objektívneho práva bez ohľadu na zavinenie.⁶⁰

Druhým predpokladom zodpovednosti za škodu je samotný vznik škody - ide o ujmu, ktorá postihuje majetkové alebo nemajetkové hodnoty poškodeného. Tretím predpokladom je príčinná súvislosť medzi protiprávnym konaním a vznikom škody, čo znamená, že škoda musí byť priamym dôsledkom tohto konania. Posledným, štvrtým predpokladom je zavinenie, ktoré sa vyžaduje len v prípade subjektívnej zodpovednosti. Zavinenie predstavuje psychický vzťah (vedomý alebo nedbanlivý) páchatel'a k jeho protiprávnemu konaniu. Naopak, pri objektívnej zodpovednosti (napríklad pri prevádzke dopravných prostriedkov alebo nebezpečných činností) sa zavinenie neskúma - zodpovednosť vzniká bez ohľadu na zavinenie.⁶¹

Osobitným prípadom je protiprávnosť stavu, ktorá nastáva vtedy, keď určitá kvalifikovaná udalosť alebo správanie vyvolá škodu, hoci nejde o klasický protiprávny úkon. Právo pozná aj tzv. okolnosti vylučujúce protiprávnosť - ide o situácie, kedy správanie síce formálne porušuje právne normy, ale za určitých podmienok sa za protiprávne nepovažuje

⁶⁰ VOJČÍK, P. Občianske právo hmotné. 3. aktualizované vydanie. Slovenské učebnice. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2021. s. 296-298. ISBN 978-80-7380-845-7.

⁶¹ Tamtiež.

(napr. konanie v súlade so zákonným oprávnením). Vždy je preto potrebné skúmať konkrétny prípad a právne okolnosti, ktoré môžu mať vplyv na posúdenie zodpovednosti za škodu.⁶²

1.2 Subjektívna vs. objektívna zodpovednosť; všeobecná vs. osobitná zodpovednosť

Všeobecná zodpovednosť za škodu spôsobenú porušením právnej povinnosti je upravená v § 420 Občianskeho zákonníka. Ide o všeobecnú subjektívnu zodpovednosť, ktorá sa uplatňuje vždy, keď neexistuje osobitná právna úprava. Podmienkou jej vzniku je naplnenie všetkých štyroch predpokladov zodpovednosti vrátane zavinenia.⁶³

Táto všeobecná zodpovednosť sa vzťahuje na každý prípad, keď dôjde k porušeniu právnej povinnosti, ktorého následkom je vznik škody – bez ohľadu na to, či ide o povinnosť upravenú v zákonníku, v iných právnych predpisoch alebo v zmluvách. Často sa na túto všeobecnú úpravu odkazuje aj v prípadoch zmiešanej právnej povahy. Podľa § 420 ods. 1 škodca zodpovedá za svoje vlastné zavinenie, ktoré sa predpokladá (tzv. prezumpcia zavinenia). Ak sa chce škodca zodpovednosti zbaviť, musí preukázať, že porušenie povinnosti nezavinil – ide o vyvíňovací (exkulpáčny) systém.⁶⁴

Objektívna zodpovednosť nastupuje v prípadoch, kde zákon z dôvodu ochrany poškodených alebo povahy činnosti nevyžaduje zavinenie. Slovenský Občiansky zákonník pozná viacero takýchto prípadov osobitnej zodpovednosti (upravuje ich Druhá hlava, druhý oddiel, § 421 a nasl. OZ):

- **Zodpovednosť za vec prevzatú (§ 421 OZ):** Každý, kto od iného prevzal vec na splnenie svojho záväzku (napr. opravár, dopravca tovaru), zodpovedá za jej poškodenie alebo stratu, pokiaľ nepreukáže, že by ku škode došlo aj inak. Ide o objektívnu zodpovednosť s možnosťou liberácie (dôkaz, že škoda by nastala aj bez prevzatia veci).
- **Zodpovednosť za okolnosti majúce pôvod v povahe prístroja alebo veci použitej pri plnení (§ 421a OZ):** Ide o veľmi prísnu, až absolútnu objektívnu zodpovednosť. *“Každý zodpovedá aj za škodu spôsobenú okolnosťami, ktoré majú pôvod v povahe prístroja alebo inej veci použitej pri plnení záväzku. Tejto zodpovednosti sa nemôže zbaviť.”* Ustanovenie teda postihuje prípady, keď napr. pri poskytovaní služby alebo plnení zmluvy použije poskytovateľ zariadenie či vec, ktorá vzhľadom na svoju povahu (napr. nebezpečný stroj, chemická látka) spôsobí škodu – poskytovateľ zodpovedá bez

⁶² Tamtiež.

⁶³ VOJČÍK, P. Občianske právo hmotné. 3. aktualizované vydanie. Slovenské učebnice. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2021. s.316-317. ISBN 978-80-7380-845-7.

⁶⁴ Tamtiež

ohľadu na zavinenie a nemôže sa zbaviť zodpovednosti. Táto absolútna objektívna zodpovednosť zaručuje vysokú mieru ochrany poškodeného (čo má význam aj pre spotrebiteľa v zmluvnom vzťahu, viď nižšie).

- **Zodpovednosť za škodu spôsobenú maloletými alebo duševne chorými (§ 422 OZ) či zodpovednosť za úmyselné konanie proti dobrým mravom (§ 424 OZ)** a ďalšie osobitné ustanovenia.

Je dôležité rozlišovať všeobecnú zodpovednosť (podľa § 420 OZ, resp. § 420a OZ pre prevádzkovú činnosť) a osobitné druhy zodpovednosti upravené v ďalších ustanoveniach (§ 421 a nasl. OZ, ako aj v osobitných zákonoch). Všeobecná úprava sa použije, ak nie je daný špeciálny režim. Osobitné úpravy spravidla zavádzajú prísnejší režim (často objektívny) v záujme ochrany poškodených. V kontexte spotrebiteľských vzťahov, ktorý rozoberáme ďalej, majú viaceré osobitné ustanovenia význam – napríklad § 421a OZ (absolútna zodpovednosť pri plnení záväzku s využitím veci) a taktiež samostatný zákon o zodpovednosti za škodu spôsobenú vadným výrobkom, ktorý je ďalším príkladom objektívnej zodpovednosti.

2. Spotrebiteľské zmluvy – definícia podľa Občianskeho zákonníka, princípy a špecifiká

Úprava spotrebiteľských zmlúv v Občianskom zákonníku je postavená na ochrane spotrebiteľa ako slabšej zmluvnej strany. Spotrebiteľskou zmluvou je každá zmluva uzatvorená medzi obchodníkom, ktorý koná v rámci svojej podnikateľskej činnosti alebo povolania, a spotrebiteľom, ktorý nekoná ako podnikateľ. Na takéto zmluvy sa vždy prednostne uplatňujú ustanovenia Občianskeho zákonníka, a to aj v prípade, že by sa inak uplatňovali normy obchodného práva. Ustanovenia na ochranu spotrebiteľa majú prednosť a akékoľvek dojednania, ktoré by tieto pravidlá obchádzali, sú neplatné.

Každá spotrebiteľská zmluva musí byť formulovaná tak, aby neobsahovala neprijateľné podmienky, ktoré spôsobujú výraznú nerovnováhu v neprospech spotrebiteľa. Neprijateľné sú napríklad také ustanovenia, ktoré spotrebiteľ nemal možnosť poznať pred podpisom zmluvy, ktoré umožňujú obchodníkovi jednostranne meniť podmienky, obmedzujú jeho zodpovednosť za vady alebo škodu, ukládajú spotrebiteľovi neprimerané sankcie či obmedzujú jeho právo uplatniť si nároky. Tieto neprijateľné podmienky sú zo zákona neplatné. Zákon zároveň kladie dôraz na čitateľnosť a zrozumiteľnosť zmluvy - predmet a cena musia byť uvedené rovnako výrazne ako ostatný text, inak môže byť zmluva takisto považovaná za neplatnú.

Ak sa zmluva týka poskytnutia finančných prostriedkov, obchodník nesmie požadovať odplatu vyššiu, ako povoľuje osobitný predpis. Rovnako je neplatné zabezpečenie záväzkov zmenkou, šekom alebo zrážkami zo mzdy bez splnenia osobitných podmienok. Pri oneskorení

spotrebiteľa so splátkami zákon presne stanovuje, kedy môže obchodník požadovať okamžité splatenie celej sumy – musí ísť o omeškanie s aspoň troma splátkami a určitou výškou dlžnej sumy. V takom prípade musí obchodník spotrebiteľa písomne upozorniť a poskytnúť mu dodatočnú lehotu minimálne 15 dní.

Zákon tiež ustanovuje, že obchodník nesmie určovať osobu, ktorá má konať v mene alebo záujme spotrebiteľa v súvislosti so zmluvou. Ak sa súdne rozhodne, že určitá zmluvná podmienka je neprijateľná, obchodník ju nesmie ďalej používať vo svojich zmluvách s inými spotrebiteľmi. Spotrebiteľ sa nemôže vopred vzdať svojich práv a v prípade nejasností výkladu sa vždy uplatňuje výklad priaznivejší pre spotrebiteľa. Premlčané právo zo spotrebiteľskej zmluvy nemožno vymáhať, ani platne zabezpečiť, ak spotrebiteľ vedome neuznal premlčané právo.

Cieľom tejto právnej úpravy je poskytnúť spotrebiteľovi vysoký stupeň ochrany pred nekalými praktikami obchodníkov a zabezpečiť rovnováhu medzi právami a povinnosťami oboch zmluvných strán.

2.1 Osobitné predpisy na ochranu spotrebiteľa – zákon č. 108/2024 Z. z.

Okrem Občianskeho zákonníka, ktorý obsahuje všeobecnú úpravu zmlúv a osobitné ustanovenia o spotrebiteľských zmluvách (§ 52 – 54 OZ), existujú osobitné zákony venujúce sa detailnej úprave spotrebiteľských práv. Najvýznamnejším je nový zákon č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa, účinný od 1. júla 2024. Tento zákon nahradil predošlú úpravu (zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa, zákon č. 102/2014 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji na diaľku a mimo prevádzkových priestorov a ďalšie predpisy) a zjednotil slovenské spotrebiteľské právo do jedného právneho predpisu.⁶⁵

Dôvodom prijatia novej úpravy bola najmä transpozícia viacerých smerníc EÚ z roku 2019 (tzv. *Nový európsky súbor pre spotrebiteľské zmluvy*): smernica (EÚ) 2019/770 o digitálnom obsahu, smernica (EÚ) 2019/771 o predaji tovaru a smernica (EÚ) 2019/2161 (tzv. *Omnibus* smernica). Slovenská republika prijala tieto zmeny až v roku 2024, čím sa zosúladiť s európskym právom a odstránila viaceré nedostatky predošlej právnej úpravy.⁶⁶

Zákon o ochrane spotrebiteľa č. 108/2024 Z. z. upravuje práva a povinnosti spotrebiteľov a obchodníkov pri ponuke a predaji produktov a pri uzatváraní spotrebiteľských

⁶⁵ Dôvodová správa k zákonu č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov

⁶⁶ BEĽUJSKÝ, M. Nový zákon o ochrane spotrebiteľa: podstatné zmeny a novinky. In: epravo.sk. 2024 [cit. 02.06.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.epravo.sk/top/clanky/novy-zakon-o-ochrane-spotrebiteľa-podstatne-zmeny-a-novinky-6094.html>.

zmlúv. Zavádza napríklad jednotné pojmy (preberá definície spotrebiteľa a obchodníka z OZ, čím odstránil terminologické nejasnosti), posilňuje informačné povinnosti obchodníkov, reaguje na digitalizáciu (nové povinnosti pri predaji digitálneho obsahu a na online trhoch), a rozširuje niektoré práva spotrebiteľov. Príkladom je predĺženie lehoty na odstúpenie od zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov (tzv. podomový predaj či predaj na predvážacích akciách) z 14 na 30 dní. Cieľom je zvýšiť ochranu spotrebiteľov najmä pred agresívnymi praktikami.⁶⁷

Pre zhrnutie, právny rámec spotrebiteľských zmlúv v SR stojí na kombinácii Občianskeho zákonníka (ktorý definuje spotrebiteľské zmluvy, zakazuje neprijateľné podmienky a stanovuje všeobecné zásady) a osobitného zákona o ochrane spotrebiteľa (ktorý detailne rozvádza požiadavky na férové zmluvné podmienky, informovanie a špeciálne práva, vrátane transpozície aktuálneho európskeho práva). V nasledujúcej časti sa pozrieme na to, ako sa všeobecné princípy zodpovednosti za škodu uplatňujú v kontexte spotrebiteľských zmlúv a aké osobitosti z toho vyplývajú.

3. Zodpovednosť za škodu v kontexte spotrebiteľských zmlúv

Pri spotrebiteľských zmluvách dochádza k prelínaniu zmluvného práva (zodpovednosť za riadne nesplnenie zmluvy, zodpovednosť za vady) a deliktuálneho práva (zodpovednosť za spôsobenú škodu). Spotrebiteľ ako poškodený môže utpieť škodu z rôznych príčin súvisiacich so zmluvou – napríklad škodu spôsobenú vadným plnením (chybný výrobok spôsobí požiar v domácnosti), škodu spôsobenú porušením povinností predávajúceho (nedodržanie bezpečnostných predpisov, z ktorého vznikne ujma), alebo aj škodu vyplývajúcu z väd výrobku v zmysle osobitnej úpravy o produktovej zodpovednosti. Slovenské právo, pod vplyvom práva EÚ, poskytuje spotrebiteľovi širokú ochranu – jednak preventívnu (vylúčenie neprijateľných zmluvných ustanovení v spotrebiteľských zmluvách) a jednak následnú v podobe nárokov na náhradu škody či inej satisfakcie.

3.1 Zmluvná a mimozmluvná zodpovednosť vo vzťahu k spotrebiteľovi

Vo všeobecnosti platí, že pokiaľ dôjde k porušeniu povinností zo spotrebiteľskej zmluvy, spotrebiteľ má právo domáhať sa nápravy. Primárne ide o nároky z chybného plnenia – tzv. zodpovednosť za vady (oprava, výmena, zľava z ceny, odstúpenie od zmluvy), ktoré však nie sú predmetom tohto článku. Ak však spotrebiteľovi vznikne v dôsledku porušenia

⁶⁷ Tamtiež.

povinnosti škoda (majetková ujma presahujúca rámec samotnej vady výrobku či služby), prichádza do úvahy náhrada škody. Zodpovednosť za škodu môže mať charakter zmluvnej (ak škoda vznikla porušením zmluvnej povinnosti) alebo mimozmluvnej – deliktnej (ak škoda vznikla inak, napr. porušením zákonnej povinnosti nezávisle od zmluvy). V spotrebiteľských vzťahoch sa často tieto režimy prelínajú. Napríklad, ak predávajúci dodá chybný spotrebič, ktorý spôsobí požiar – vo vzťahu k samotnému výrobku má spotrebiteľ práva zo zodpovednosti za vady (opraviť/vymeniť výrobok), ale vo vzťahu k poškodenej domácnosti má právo na náhradu škody (vyhorená kuchyňa).

Občiansky zákonník zásadne umožňuje, aby spotrebiteľ uplatnil nároky na náhradu škody buď podľa všeobecnej úpravy (ak ide o porušenie zákonnej povinnosti alebo povinnosti zo zmluvy – uplatní sa § 420 OZ a nasl., vid' časť 1), alebo podľa osobitných ustanovení. Pri škode z porušenia zmluvy sa uplatnia obdobné princípy – poškodený musí preukázať porušenie povinnosti predávajúceho (napr. porušenie povinnosti dodať bezpečný výrobok), vznik škody a súvislosť; zavinenie sa u podnikateľa spravidla predpokladá, ak nepreukáže, že konal s náležitou odbornou starostlivosťou. V obchodnoprávných vzťahoch existuje koncept, že škoda z porušenia zmluvy sa nahrádza v rozsahu predvídateľnosti (podľa Obchodného zákonníka), avšak na spotrebiteľské vzťahy sa prednostne aplikuje Občiansky zákonník, ktorý takú limitáciu výslovne nestanovuje – spotrebiteľ teda môže žiadať náhradu všetkej účelne vynaloženej škody (skutočnej škody aj ušlého zisku).

Kľúčové v spotrebiteľských zmluvách je, že zmluvnými ustanoveniami nemožno zodpovednosť obchodníka za škodu vylúčiť ani obmedziť v neprospech spotrebiteľa. Takéto klauzuly by boli v rozpore s kogentnou úpravou. Občiansky zákonník v § 53 ods. 1 označuje za neprijateľné (a teda neplatné) všetky zmluvné podmienky, ktoré spôsobujú značnú nerovnováhu v právach a povinnostiach v neprospech spotrebiteľa. V demonštratívnom výpočte neprijateľných podmienok § 53 ods. 4 písm. d) výslovne uvádza najmä ustanovenia, ktoré *“vylučujú alebo obmedzujú práva spotrebiteľa pri uplatnení zodpovednosti za vady alebo zodpovednosti za škodu.”*⁶⁸

Z uvedeného vyplýva absolútna neprípustnosť vopred dohodnutej exkulpácie v spotrebiteľských zmluvách. Spotrebiteľ sa nemôže vzdať práva na náhradu škody vopred, ani obchodník sa nemôže zmluvne zbaviť zodpovednosti za prípadnú škodu spôsobenú spotrebiteľovi. Takéto dojednanie by bolo neplatné pre rozpor so zákonom a dobrými mravmi. Tento zákaz zodpovedá aj európskej úprave - napr. Smernica Rady 93/13/EHS o neprimeraných

⁶⁸ Ustanovenie § 53 zákona č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov.

podmienkach v spotrebiteľských zmluvách v prílohe obsahuje ako príklad neprípustnej podmienky klauzulu, ktorá obmedzuje alebo vylučuje zákonnú zodpovednosť predávajúceho za ujmu na zdraví spôsobenú konaním alebo opomenutím predávajúceho. Ide o základný ochranný mechanizmus, aby spotrebiteľ nebol pripravený o možnosť domáhať sa náhrady škody. Preto ak by napríklad zmluva o poskytnutí služby obsahovala vetu „poskytovateľ nenesie žiadnu zodpovednosť za prípadné škody spôsobené pri poskytovaní služby“, zo zákona by sa na ňu neprihliadalo a v prípade škody by poskytovateľ nemohol argumentovať, že sa vopred zodpovednosti zbavil.

3.2 Neprípustnosť zmluvných obmedzení zodpovednosti za škodu (exkulpačných doložiek)

Zmluvné podmienky, ktoré by akýmkoľvek spôsobom obmedzovali práva spotrebiteľa pri uplatnení nárokov zo zodpovednosti za vady alebo škodu, sú neprípustné. Dodávateľ nemá možnosť jednostranne zúžiť rozsah tejto zodpovednosti, hoci v bežných občianskoprávných vzťahoch zákon pripúšťa určitú zmluvnú voľnosť. Pri spotrebiteľských zmluvách sú však ustanovenia týkajúce sa zodpovednosti za vady chápané ako záväzné (kogentné), čo znamená, že sa od nich nemožno odchýliť v neprospech spotrebiteľa.⁶⁹

Zákon v tomto prípade chráni nielen právo spotrebiteľa na riadne plnenie, ale aj jeho nároky spojené s následkami porušenia povinností zo strany dodávateľa. Preto sú akékoľvek ustanovenia, ktoré by tieto práva oslabovali, považované za neprijateľné – bez ohľadu na to, či ide o zmluvy podľa občianskeho alebo obchodného práva.⁷⁰

Zároveň je dôležité uplatňovať výklad týchto ustanovení rozšírene, keďže v praxi sa dodávateľa často snažia obísť zákonnú ochranu nie priamym vylúčením práv spotrebiteľa, ale ich faktickým znevýhodnením. Môže ísť napríklad o zavedenie rôznych poplatkov za uplatnenie reklamácie, požiadavky na splnenie dodatočných podmienok, či spoplatnenie úkonov, ktoré by mali byť súčasťou bezplatného záručného servisu – napríklad doprava, demontáž či odoslanie tovaru. Aj takéto obchádzanie zákona sa subsumuje pod neprijateľné zmluvné podmienky, a spotrebiteľ má vďaka zákonnej ochrane možnosť sa proti nim brániť.

Je vhodné dodať, že niektoré predpisy výslovne uvádzajú, že dojednania vylučujúce zodpovednosť sú neplatné. Napríklad zákon o zodpovednosti za škodu spôsobenú vadným výrobkom (č. 294/1999 Z. z.) v § 8 stanovuje, že „zodpovednosť výrobcu za škodu spôsobenú

⁶⁹ BUDJACH, M. In: ŠTEVČEK, M. a kol. Občiansky zákonník: komentár. 2. vydanie. Veľké komentáre. Praha : C.H. Beck, 2019. s. 585-586. ISBN 978-80-7400-770-5.

⁷⁰ Tamtiež.

vadným výrobkom nemožno vopred zmluvne vylúčiť ani obmedziť.”. Ide o transpozíciu článku 12 smernice 85/374/EHS. Podobne Občiansky zákonník obsahuje neobmedziteľnosť zodpovednosti v § 421a (ako uvedené, tejto zodpovednosti za škodu z povahy prístroja sa nemožno zbaviť vôbec). Tieto ustanovenia spoločne tvoria silnú hrádzu proti pokusom preniesť riziko škody na spotrebiteľa.

3.3 Osobitná úprava: zodpovednosť za škodu spôsobenú vadným výrobkom (produktová zodpovednosť)

V spotrebiteľských vzťahoch má mimoriadny význam špeciálny režim zodpovednosti za chybný (vadný) výrobok, často nazývaný aj produktová zodpovednosť. Ide o zodpovednosť za škodu spôsobenú výrobkom, ktorý má vadu – napr. bezpečnostnú chybu – v dôsledku čoho spôsobí spotrebiteľovi ujmu na zdraví alebo škodu na majetku (iné majetkové hodnoty než samotný vadný výrobok). Táto úprava je implementáciou európskej smernice 85/374/EHS a v SR je obsiahnutá v zákone č. 294/1999 Z. z.. Zodpovednostný režim je objektívny (bez zavinenia) a prenáša primárnu ťarchu na výrobcu (príp. dovozcu) produktu namiesto konečného predávajúceho. Cieľom je zabezpečiť, aby spotrebiteľ, ktorý utrpel ujmu vadným výrobkom, mohol získať náhradu priamo od subjektu, ktorý výrobok uviedol do obehu a mal najväčšiu kontrolu nad jeho bezpečnosťou.⁷¹

Podmienky vzniku nároku podľa zákona 294/1999 Z. z. sú: (i) škoda, (ii) vada výrobku, (iii) príčinná súvislosť medzi vadou a škodou. Na rozdiel od všeobecnej úpravy sa nevyžaduje preukazovať zavinenie výrobcu – zodpovedá aj za nezavinené chyby produktu (napr. výrobnú chybu, konštrukčnú vadu či nedostatočné varovanie). Zodpovednosť výrobcu je však limitovaná určitými exoneráciami stanovenými v § 5 zákona: výrobca sa môže zbaviť zodpovednosti, ak preukáže napríklad, že výrobok neuviedol do obehu, alebo že vada neexistovala v čase uvedenia do obehu, že výrobok nebol vyrobený pre podnikateľské účely, prípadne že vada vznikla v dôsledku splnenia požiadaviek právnych predpisov či že stav vedy a techniky neumožňoval vadu zistiť. Ide o taxatívny výpočet tzv. liberačných dôvodov, medzi ktorými je aj kontroverzná nepoznatelnosť vady podľa stavu vedeckého a technického poznania. Ak výrobca nepreukáže žiadny z týchto dôvodov, zodpovedá v plnom rozsahu.⁷²

Náhrada škody spôsobenej vadným výrobkom sa riadi ustanoveniami Občianskeho zákonníka, pokiaľ osobitný zákon neustanovuje inak. V prípade, že rovnaké vadné výrobky s

⁷¹ Dôvodová správa k zákonu č. 294/1999 Z. z., o zodpovednosti za škodu spôsobenú vadným výrobkom.

⁷² Ustanovenia § 1-5 zákona č. 294/1999 Z. z. o zodpovednosti za škodu spôsobenú vadným výrobkom v znení neskorších predpisov.

tou istou vadou spôsobia škodu na zdraví alebo živote viacerým osobám, výrobca nesie zodpovednosť za túto škodu do výšky 3,5 miliardy slovenských korún (v súčasnom prepočte cca. 116 178 716,06 EUR). Ak výrobca preukáže, že vznik škody bol spôsobený nielen vadným výrobkom, ale aj zavinením samotného poškodeného alebo osoby, za ktorú poškodený zodpovedá, výška náhrady sa primerane zníži. V situácii, keď za škodu zodpovedá viac výrobcov, títo zodpovedajú poškodenému spoločne a nerozdielne, teda každý z nich nesie zodpovednosť za celú škodu.⁷³

Z pohľadu spotrebiteľa je dôležité, že tento nárok **môže uplatniť priamo voči výrobcovi**, nemusí sa spoliehať len na predávajúceho. Ak napríklad spotrebiteľ kúpi v obchode elektronický prístroj, ktorý kvôli výrobnnej chybe exploduje a zraní ho či zničí mu zariadenie bytu, môže požadovať náhradu škody priamo od výrobcu (alebo dovozcu, ak je výrobca zahraničný a nie je známy). Predávajúci tým nie je zbavený zodpovednosti úplne – stále zodpovedá za dodanie bezpečného výrobku v rámci zmluvy, a ak by spotrebiteľ uplatnil náhradu škody voči predávajúcemu, ten by následne mal regres voči výrobcovi. Avšak právna úprava a súdna prax smerujú k tomu, aby sa spotrebiteľ mohol čo najefektívnejšie dostať k odškodneniu od subjektu, ktorý je ekonomicky spôsobilý a zodpovedný za kvalitu produktu.

Zákaz zmluvného vylúčenia zodpovednosti za vadné výrobky, ako už bolo spomenuté, je výslovný – v § 8 zákona 294/1999 Z. z. sa uvádza, že dojednanie, ktorým by sa vopred obmedzila alebo vylúčila táto zodpovednosť, je neplatné. Toto ustanovenie chráni spotrebiteľa aj v prípadoch, keď by výrobca napríklad v záručnom liste alebo inom dokumente uvádzal, že “nezodpovedá za následné škody spôsobené výrobkom” – takáto klauzula by nemala právny účinok vo vzťahu k nárokom podľa zákona o vadných výrobkoch.

Z hľadiska ochrany spotrebiteľa je osobitná úprava vadných výrobkov veľmi významná, pretože motivuje výrobcov klásť dôraz na bezpečnosť a kvalitu. Pre spotrebiteľa zabezpečuje, že v prípade, ak by mu výrobok spôsobil škodu, nepotrebuje zdĺhavo preukazovať pochybenie (nedbanlivosť) výrobcu – postačí dokázať, že výrobok mal vadu a táto vada spôsobila škodu. Navyše, ako uvidíme v ďalšej časti, judikatúra Súdneho dvora EÚ v posledných rokoch posilňuje výklad, ktorý rozširuje okruh subjektov zodpovedných za vadné výrobky a uprednostňuje výklad smernice v prospech poškodených spotrebiteľov.

4. Judikatúra Súdneho dvora EÚ k zodpovednosti za škodu v spotrebiteľských vzťahoch

⁷³ Ustanovenie § 6 zákona č. 294/1999 Z. z. o zodpovednosti za škodu spôsobenú vadným výrobkom v znení neskorších predpisov.

Právo Európskej únie výrazne ovplyvnilo oblasť ochrany spotrebiteľa a tým aj pravidlá zodpovednosti za škodu zo spotrebiteľských zmlúv. Súdny dvor EÚ (SDEÚ) vo viacerých rozhodnutiach vyložil smernice na ochranu spotrebiteľa spôsobom, ktorý posilňuje postavenie poškodených spotrebiteľov a zabezpečuje efektívne uplatnenie ich nárokov. Nižšie uvádzame niekoľko významných judikátov ilustrujúcich európske trendy v tejto oblasti:

- Náhrada nemajetkovej ujmy za pokazenú dovolenku (vec *Leitner*): V rozsudku *Leitner* (C-168/00) Súdny dvor EÚ rozhodol, že pojem „škoda“ podľa smernice 90/314/EHS o súborných zájazdoch zahŕňa aj nemajetkovú ujmu. Spotrebiteľke, ktorej dovolenka bola znehodnotená ochorením z pokazeného jedla, priznal nárok na kompenzáciu za stratu radosti z dovolenky. Toto rozhodnutie zabezpečilo, že cestujúci v rámci zájazdov môžu okrem materiálnej škody (napr. náhradné služby, výdavky) žiadať aj odškodnenie za narušenie dovolenkového zážitku. Pre prax to znamená, že ochrana spotrebiteľa sa neobmedzuje len na hmotné škody, ale aj na morálnu škodu, ak to povaha zmluvy a okolností odôvodňuje.⁷⁴
- Neprimerané zmluvné podmienky vylučujúce zodpovednosť (príklad podľa smernice 93/13/EHS): Smernica o neprijateľných podmienkach v spotrebiteľských zmluvách zakazuje klauzuly, ktoré spôsobujú nerovnováhu v neprospech spotrebiteľa. Súdny dvor opakovane zdôraznil, že vnútroštátne sudy musia takéto podmienky vyhlasovať za neplatné ex offio (z úradnej moci). Napríklad v prípade *Aziz* (C-415/11) týkajúcim sa hypotekárnych zmlúv SDEÚ potvrdil povinnosť súdov posudzovať neprijateľnosť podmienok aj bez iniciatívy spotrebiteľa. Hoci konkrétne vylúčenie náhrady škody nebolo predmetom tohto sporu, z judikatúry vyplýva všeobecná téza: akákoľvek zmluvná podmienka v spotrebiteľskej zmluve, ktorá zbavuje spotrebiteľa zákonného práva (napr. na náhradu škody za ujmu na zdraví či majetku spôsobenú dodávateľom), je neprijateľná a nevykonateľná. V praxi EÚ je uvádzaný príklad: klauzula, ktorá obmedzuje zodpovednosť predajcu v prípade úmrtia alebo zranenia spotrebiteľa v dôsledku jeho konania/nekonania, je automaticky neplatná. Európske právo tak zosilňuje zásadu, ktorú máme aj v našom OZ, a dáva spotrebiteľovi istotu, že právo na náhradu škody nemôže stratiť podpísaním formulárovej zmluvy.⁷⁵
- Produktová zodpovednosť - definícia výrobcu (vec z roku 2024): V nedávnom rozsudku zo dňa 19. decembra 2024 Súdny dvor EÚ výslovne vyložil pojem „výrobca“ podľa smernice 85/374/EHS tak, aby zabezpečil širšiu ochranu spotrebiteľa. Išlo o prípad, kde

⁷⁴ Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 12. marca 2002, *Leiner*, C-168/00, ECLI:EU:C:2002:163.

⁷⁵ Rozsudok Súdneho dvora EÚ zo 14. marca 2013, *Aziz*, C-415/11, ECLI:EU:C:2013:164.

na vadnom výrobku bola uvedená obchodná značka, ktorá síce patrila skutočnému výrobcovi, ale obsahovala aj rozlišovací znak distribútora. Spotrebiteľ žaloval dodávateľa tovaru o náhradu škody a otázkou bolo, či tento dodávateľ môže byť považovaný za osobu, ktorá sa vydáva za výrobcu. Súdny dvor rozhodol, že dodávateľ chybného výrobku môže byť považovaný za „osobu uvádzanú ako výrobca“, ak označenie na výrobku môže u spotrebiteľa vzbudiť dojem, že práve dodávateľ nesie zodpovednosť za produkt. Kritériom je, či sa názov alebo ochranná známka na výrobku zhoduje s menom alebo rozlišovacím prvkom dodávateľa tak, že priemerný spotrebiteľ môže predpokladať, že ide o výrobcu. Toto rozhodnutie výrazne posilňuje práva spotrebiteľov, pretože rozširuje okruh subjektov, od ktorých môžu žiadať náhradu škody za vadný výrobok - okrem priameho výrobcu aj na určitých dodávateľov, pokiaľ vystupujú navonok ako výrobca. Pre podnikateľov to znamená väčšiu opatrnosť pri brandingu výrobkov a pre spotrebiteľov vyššiu šancu domôcť sa odškodnenia (najmä v prípadoch, keď výrobca nie je známy alebo je v zahraničí, môže zodpovedať miestny distribútor s „privátnou značkou“).⁷⁶

Trend európskeho práva je jasný – neumožniť obchodníkom unikať zodpovednosti za škodu spôsobenú spotrebiteľom, zabezpečiť účinné uplatnenie nárokov (aj súdnou kontrolou z úradnej povinnosti) a prispôbiť výklad predpisov tak, aby bol v súlade s cieľom vysokej ochrany spotrebiteľa. Slovenská právna úprava, najmä po transpozíciách novších smerníc v roku 2024, je s týmito princípmi v súlade. Spotrebiteľia na Slovensku tak požívajú ochranu formou zákazu vopred sa vzdať práv, neprípustnosti neprijateľných podmienok v zmluvách, ako aj možnosť domáhať sa náhrady škody nielen od svojho zmluvného partnera, ale i od výrobcu či iných subjektov, ktoré právne nesú zodpovednosť. Súčasná výzva spočíva skôr v procesnej realizácii týchto práv – teda aby spotrebiteľia boli informovaní o svojich nárokoch a aby súdy a dozor zabezpečili ich vymáhateľnosť. Judikatúra SDEÚ v tomto poskytuje národným orgánom usmernenie, aby ochranu spotrebiteľa brali vážne a zabezpečili, že zodpovednostné nároky neostanú len na papieri, ale reálne pomôžu napraviť ujmu spôsobenú spotrebiteľom.

Záver

Problematika zodpovednosti za škodu zo spotrebiteľských zmlúv predstavuje prienik všeobecných zásad občianskoprávnej zodpovednosti a osobitných pravidiel ochrany

⁷⁶ Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 29. decembra 2024, Teva a Teva Finland, C-119/22 a C-149/22, ECLI:EU:C:2024:10.

spotrebiteľa. Slovenská právna úprava obsahuje robustný rámec: od všeobecnej (zavinenej) zodpovednosti podľa Občianskeho zákonníka, cez viaceré prípady objektívnej zodpovednosti, až po špeciálne režimy ako zodpovednosť za vadný výrobok. Pre spotrebiteľské zmluvy je charakteristické, že zákon nedovoľuje zmluvne obmedziť či vylúčiť zodpovednosť v neprospech spotrebiteľa – právo na náhradu škody ako také je neodňateľné. Spotrebiteľovi tak patrí plná škála nástrojov na domáhanie sa náhrady škody, ak mu bola spôsobená, a to voči zmluvnému partnerovi (predávajúcemu) alebo priamo voči výrobcovi či inému subjektu podľa zákona.

Judikatúra Súdneho dvora EÚ dotvára tento právny rámec pro-spotrebiteľským výkladom: či už ide o uznanie nemajetkovej ujmy ako súčasti škody, neprípustnosť nespravodlivých klauzúl, alebo rozšírenie zodpovedných osôb pri vadných výrobkoch, vždy ide o napĺňanie cieľa vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa (čl. 169 ZFEÚ). V konečnom dôsledku kombinácia národného a európskeho práva vytvára situáciu, kde spotrebiteľ nie je odkázaný len na dobrú vôľu predávajúceho – jeho práva na náhradu škody sú garantované zákonom a vynútiteľné, a zmluvné dojednania ani jednostranné vyhlásenia dodávateľov ich nemôžu eliminovať.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

Knižné zdroje

1. ŠTEVČEK, M. a kol. Občiansky zákonník: komentár. 2. vydanie. Veľké komentáre. Praha: C.H. Beck, 2019. ISBN 978-80-7400-770-5
2. VOJČÍK, P. Občianske právo hmotné. 3. aktualizované vydanie. Slovenské učebnice. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2021. ISBN 978-80-7380-845-7

Články na internete

3. BELUJSKÝ, M. Nový zákon o ochrane spotrebiteľa: podstatné zmeny a novinky. In: epravo.sk. 2024 [cit. 02.06.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.epravo.sk/top/clanky/novy-zakon-o-ochrane-spotrebiteľa-podstatne-zmeny-a-novinky-6094.html>

Legislatíva

4. Dôvodová správa k zákonu č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov
5. Dôvodová správa k zákonu č. 294/1999 Z. z. o zodpovednosti za škodu spôsobenú vadným výrobkom
6. Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov.

7. Zákon č. 294/1999 Z. z. o zodpovednosti za škodu spôsobenú vadným výrobkom v znení neskorších predpisov

Judikatúra

8. Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 12. marca 2002, Leiner, C-168/00, ECLI:EU:C:2002:163.
9. Rozsudok Súdneho dvora EÚ zo 14. marca 2013, Aziz, C-415/11, ECLI:EU:C:2013:164.
10. Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 29. decembra 2024, Teva a Teva Finland, C-119/22 a C-149/22, ECLI:EU:C:2024:10

POCHRANA SPOTREBITEĽA ZABEZPEČOVANÁ AKTOM O DIGITÁLNYCH SLUŽBÁCH⁷⁷

Mgr. Peter Koromház, PhD.

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Právnická fakulta

peter.koromhaz@upjs.sk

Abstrakt

Príspevok ponúka analýzu Aktu o digitálnych trhoch z pohľadu toho ako tento prispieva k ochrane práv spotrebiteľov v právnom prostredí Európskej Únie. Autor sa v príspevku zameriava na dôvody jeho prijatia a účel, ktorý mal byť jeho prijatím sledovaný. Pozornosť autora je súčasne venovaná identifikácii tých ustanovení Aktu o digitálnych trhoch, ktoré poskytujú spotrebiteľom priamu alebo aspoň nepriamu možnosť ochrany ich práv. V neposlednom rade autor ponúka vlastné úvahy a hodnotenie významu predmetnej právnej úpravy v kontexte posudzovania zvýšenia právnej ochrany spotrebiteľov. Príspevok sa čiastočne venuje aj problematike žalôb v zastúpení na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov.

Abstract

The article analyses the Digital Markets Act (DMA) through the lens of how it contributes to the protection of consumer rights within the European Union's legal order. It examines the reasons for its adoption and the objectives pursued by the legislature. The author further identifies those provisions of the DMA that afford consumers direct—or at least indirect—avenues to safeguard their rights. Finally, the article offers the author's own reflections and an assessment of the significance of this regulatory framework for strengthening the legal protection of consumers. The article also partially addresses representative actions for the protection of consumers' collective interests.

Kľúčové slová: spotrebiteľ, digitálny trh, Európska Únia, strážcovia prístupu

Key words: consumer; digital market; European Union; gatekeepers

Úvod

Európska únia bola kreovaná na koncepcii spoločného trhu, ktorého zmyslom malo byť odstránenie obchodných prekážok medzi členskými krajinami s cieľom podpory hospodárskeho rastu jej jednotlivých členov. Rozmach digitalizácie si vyžiadala reguláciu

⁷⁷ Príspevok je výstupom projektu VEGA č. 1/0431/23 „Konkurencia záujmov spotrebiteľov a obchodníkov pri dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb na jednotnom digitálnom trhu s dôrazom na právne a ekonomické aspekty.“

právnych vzťahov, ktoré začali vznikať v digitálnom prostredí⁷⁸. Reagujúc na digitalizáciu hospodárstva a spoločnosti Európska Únia začala systematicky budovať jednotný digitálny trh s ambíciou ďalšieho posilňovania ekonomiky, zvyšovania konkurencieschopnosti na globálnom trhu, ale tiež znižovania záťaže na životné prostredie a zvyšovania kvality života občanov jednotlivých členských krajín.⁷⁹

V roku 2015 Európska komisia predstavila Stratégiu pre jednotný digitálny trh v Európe, ktorej cieľom bolo odstraňovanie vnútroštátnych bariér pre cezhraničné transakcie v online priestore.⁸⁰ V rámci zverejnenej stratégie boli identifikované tri základné pilier, na ktorých mal byť budovaný jednotný digitálny trh: i) lepší prístup spotrebiteľov a podnikov k online tovarom a službám v celej Európe, ii) vytváranie priaznivých podmienok pre rozmach digitálnych sietí a služieb a iii) maximalizácia rastového potenciálu európskeho digitálneho hospodárstva. V nadväznosti na uvedené Európska Únia v nasledujúcich rokoch prijala viacero zásadných právnych aktov, ktoré sa viac či menej dotýkali aj ochrany práv spotrebiteľov. Opomenúť nemožno dátum 20.05.2019, kedy boli prijaté dve významné spotrebiteľské smernice týkajúce úpravy zmluvných vzťahov v digitálnom prostredí:

- Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/770 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb („Digital Content Directive“)
- Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/771 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 („Sale Goods Directive“).⁸¹

⁷⁸ FILIČKO, V. Vec/Tovar s digitálnymi prvkami a spotrebiteľské zmluvy s digitálnym plnením. In: STUDIA IURIDICA Cassoviensia, Vydavateľstvo ŠfárikPress, UPJŠ v Košiciach, Vol. 13, 2025, No.2, ISSN: 1339-3995, s. 20, 2025 [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.33542/SIC2025-2-02>.

⁷⁹ K tomu bližšie pozri napríklad BAČÁROVÁ, R. Ústavnoprávne kolízie ochrany výsledkov tvorivej duševnej činnosti v digitálnom svete. In: Košické dni súkromného práva : recenzovaný zborník vedeckých prác. - Košice : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2021. ISBN 978-80-574-0024-0, s. 441-458.

KUŠNÍRIKOVÁ M. in. HRABČÁK M. et. al.: Blockchain technológia ako činiteľ (faktor) ovplyvňujúci súčasnú podobu práva / = Blockchain Technology as the Factor Influencing the Current Form of Law Ladislav Hrabčák ... [et al.] 1. vyd. - Košice : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2021. ISBN 9788081529795, s. 114.

ČOLLÁK, J.: Mlčanie alebo nečinnosť ako právny úkon: niekoľko úvah o občianskom práve vo svete internetu alebo (ne)jasný systém "súhlasu a nesúhlasu". In: Košické dni súkromného práva : recenzovaný zborník vedeckých prác. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2016, ISBN 978-80-8152-400-4. s. 32-41.

⁸⁰ Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, rady, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov (Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe) COM (2015) 192 zo dňa 06.05.2015 [online]. Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/ALL/?uri=celex%3A52015DC0192&utm_source=chatgpt.com

⁸¹ FILIČKO, V. Vec/Tovar s digitálnymi prvkami a spotrebiteľské zmluvy s digitálnym plnením. In: STUDIA IURIDICA Cassoviensia, Vydavateľstvo ŠfárikPress, UPJŠ v Košiciach, Vol. 13, 2025, No.2, ISSN: 1339-3995, s. 20, 2025 [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.33542/SIC2025-2-02>.

Predmetné smernice sú svojim obsahom pomerne obsiahle, ale napriek tejto skutočnosti poskytujú právny rámec iba v čiastkových otázkach týkajúcich sa problematiky práv spotrebiteľov.⁸²

Ďalšou významnou dvojicou právnych aktov sú nariadenia, ktoré nadviazali na právnu úpravu skôr uvedených smerníc, a to:

- Nariadenie Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2022/2065 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 200/31/ES (akt o digitálnych službách)
- Nariadenie Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2022/1925 o súťažeschopných a spravodlivých trhoch digitálneho sektora a o zmene smerníc (EÚ) 2019/1937 a (EÚ) 2020/1828 (ďalej len “Akt o digitálnych trhoch”).

Práve bližšia analýza v poradí druhého uvedeného nariadenia, Aktu o digitálnych trhoch bude predmetom rozpracovania v ďalšej časti príspevku, a to s dôrazom kladeným na posúdenie toho, akým spôsobom predmetný právny akt poskytuje ochranu práv spotrebiteľom. Vzhľadom na uvedené je cieľom príspevku overenie nasledovnej hypotézy: Akt o digitálnych trhoch predstavuje právnu reguláciu, ktorá pomáha ochrane práv spotrebiteľa. Za účelom naplnenia stanoveného cieľa v rámci príspevku podrobíme analýze Akt o digitálnych trhoch v rozsahu tých ustanovení, ktoré jednak stanovujú jeho cieľ, ale súčasne poskytujú priamo alebo nepriamo ochranu práv spotrebiteľom. Pri vypracovaní príspevku bude použitá primárne vedecká metóda analýzy, syntézy a deskriptívna metóda. Príspevok nemá za cieľ poskytnúť detailnú analýzu Aktu o digitálnych trhoch, ale iba jeho analýzu v rozsahu potrebnom pre naplnenie stanoveného cieľa a poskytnutie podkladu pre pokračovanie ďalšieho výskumu.

Akt o digitálnych trhoch – účel a cieľ právnej úpravy

Akt o digitálnych trhoch bol prijatý ako odpoveď na dlhodobo pozorované problémy veľkých online platforiem s postavením tzv. gatekeeperov, pri ktorých sa ex post uplatňovanie súťažného práva javilo ako pomalé a fragmentované. Cieľom zákonodarcu bolo posilnenie zdravého konkurenčného prostredia a férovosť digitálnych trhov, predchádzanie roztrieštenosti

⁸² K tomu bližšie pozri napríklad ADAMOVIČ Z. - NOVOTNÁ M. Slovensko na ceste k harmonizácii digitálneho zmluvného práva. In: JURČOVÁ M. (ed.): Digitálne platformy. VEDA vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 2023. 60 s. ISBN 978-80-224-2039-6.

vnútorného trhu a doplnenie existujúcich nástrojov Európskej Únie o povinnosti pre poskytovateľov kľúčových platformových služieb.⁸³

Prijatie Aktu o digitálnych trhoch bolo odôvodnené nadobudnutím presvedčenia o tom, že niekoľko veľkých podnikov poskytujúcich základné platformové služby nadobudlo tak značnú hospodársku silu a zásadné postavenie na digitálnom trhu, že dokážu zásadným spôsobom ovplyvniť nielen podnikanie komerčných používateľov rôznych platformových ekosystémov, ale aj postavenie a práva koncových používateľov a tým aj práva spotrebiteľov. Tento stav spôsoboval ohrozenie súťažschopnosti na trhu, pričom existovala dôvodná obava, že tento stav bez prijatia právnej úpravy povedie k závažnej nerovnováhe a nekalým praktikám pre komerčných, ale aj pre koncových používateľov základných platformových služieb poskytovaných predmetnými veľkými podnikmi získavajúcimi akési monopolné postavenie na digitálnom trhu.⁸⁴ Európsky parlament a Rada definovali ako cieľ Aktu o digitálnych trhoch zabezpečenie súťažschopného a spravodlivého digitálneho sektoru v oblasti základných platformových služieb, ktoré má viesť k podpore inovácií, vysokej kvalite digitálnych produktov a služieb, tvorbe spravodlivých a konkurenčných cien, ako aj vysokej kvalite a výberu pre koncových používateľov v digitálnom sektore.⁸⁵ Rešpektujúc odôvodnenie prijatia Aktu o digitálnych trhoch možno dospieť k záveru, že regulácia veľkých podnikov poskytujúcich základné platformové služby, tzv. strážcov prístupu⁸⁶ je v konečnom dôsledku v prospech nielen všetkých komerčných používateľov, ale aj koncových používateľov.⁸⁷ Pre naplnenie cieľa stanovené v úvode tohto príspevku je ďalej nevyhnutné identifikovať detailnejšie pojem koncový používateľ, ktorý Akt o digitálnych trhoch priniesol.

Koncovým používateľom Akt o digitálnych trhoch rozumie každú fyzickú alebo právnickú osobu, ktorá využíva základné platformové služby a nie je v postavení komerčného používateľa.⁸⁸ Komerčným používateľom je pritom podľa Aktu o digitálnych trhoch každá fyzická alebo právnická osoba konajúca v rámci svojej obchodnej alebo odbornej činnosti, ktorá využíva základné platformové služby na poskytovanie alebo pri poskytovaní tovaru alebo

⁸³ K tomu bližšie pozri napríklad RUDOHRADESKÁ, S. – HUČKOVÁ, R. Ku vzťahu Aktu o digitálnych trhoch a súťažného práva. In. Právnik. Ústav státu a práva AV ČR, 10/2023, ISSN 0231-6625, s. 944-958.

⁸⁴ K tomu bližšie pozri najmä body 3 a 4 (odôvodnenia) Aktu o digitálnych trhoch.

⁸⁵ K tomu bližšie pozri najmä bod 107 (odôvodnenia) Aktu o digitálnych trhoch.

⁸⁶ K vymedzeniu pojmu strážca prístupu bližšie pozri článok 2 bod 1 a článok 3 Aktu o digitálnych trhoch

⁸⁷ K tomu bližšie pozri napríklad K tomu bližšie pozri napríklad SEMANOVÁ, M. – FRIEDRICH, M. Vzťah nariadenia DMA a práva hospodárskej súťaže a jeho vplyv na malé a stredné podniky. In. Bulletin slovenskej advokácie. Bratislava, SAK, 2024, roč. 30, č. 1, ISSN 1335-1079, s. 10-17

⁸⁸ Článok 2, bod 20. Aktu o digitálnych trhoch.

služby koncovým používateľom.⁸⁹ Akt o digitálnych trhoch neupravuje osobitnú definíciu pojmu spotrebiteľ, avšak z vymedzenia pojmu koncový používateľ je zrejmé, že práve ten môže a aj bude častokrát v postavení spotrebiteľa, pretože pôjde o fyzickú osobu, ktorá bude prostredníctvom niektorej zo základných platformových služieb (napr. internetového prehliadača, online služby sociálnej siete alebo služby platformy na zdieľanie videí) uzatvárať obchody s komerčným používateľom týchto základných platformových služieb.

Povinnosti strážcov prístupu priamo voči koncovým používateľom

Strážca prístupu nemôže bez predchádzajúceho súhlasu koncového používateľa:

- spracúvať na účely poskytovania online reklamných služieb osobné údaje koncových používateľov využívajúcich služby tretích strán, ktoré využívajú jeho základné platformové služby;
- prepájať osobné údaje z príslušnej základnej platformovej služby s osobnými údajmi z akýchkoľvek ďalších základných platformových služieb alebo z akýchkoľvek iných služieb, ktoré poskytuje, ani s osobnými údajmi zo služieb tretích strán;
- krížovo využívať osobné údaje z príslušnej základnej platformovej služby v iných službách, ktoré poskytuje osobitne, vrátane iných základných platformových služieb a naopak;
- prihlasovať koncových používateľov do iných svojich služieb na účely prepájania osobných údajov.⁹⁰

Súhlas, ktorý má strážca prístupu povinnosť od koncového používateľa získať v prípade, ak chce využívať a spracúvať osobné údaje koncového používateľa niektorým z vyššie uvedených spôsobov, musí spĺňať predpoklady v zmysle článku 4 bodu 11 a článku 7 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 zo dňa 27.04.2016 o ochrane fyzických osôb pri spracovávaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (ďalej len „Nariadenie o GDPR“). Súhlas koncového používateľa musí byť daný slobodne, pričom musí ísť o konkrétny, informovaný a jednoznačný prejav jeho vôle, ktorým formou vyhlásenia alebo iného zrejmeého potvrdzujúceho úkonu vyjadrí svoj súhlas so spracovaním osobných údajov konkrétnym spôsobom predpokladaným Aktom o digitálnych trhoch.⁹¹ Súčasne platí, že povinnosť unesenia dôkazného bremena z hľadiska preukázania udelenia súhlasu koncovým používateľom zaťažuje rešpektujúc článok 5 bod 1

⁸⁹ Článok 2, bod 21. Aktu o digitálnych trhoch.

⁹⁰ Článok 5, bod 1. Aktu o digitálnych trhoch.

⁹¹ K tomu bližšie pozri článok 4 bod 11 Nariadenia o GDPR.

Aktu o digitálnych trhoch v spojení s článkom 7 Nariadenia o GDPR strážcu prístupu. Sme toho názoru, že povinnosťou strážcu prístupu je nielen preukázať udelenie súhlasu koncovým používateľom, ale aj preukázanie splnenia kvalitatívnych podmienok udeleného súhlasu v rozsahu toho, že ide o súhlas „informovaný“, a teda, že jeho poskytnutie zo strany koncového používateľa predchádzalo jeho poučenie, resp. informovanie zo strany strážcu prístupu o účele spracovania osobných údajov. V prípade odlišného výkladu dotknutých ustanovení Aktu o digitálnych trhoch a Nariadenia o GDPR by podľa nášho názoru nebola zachovaná reálna ochrana práv a záujmov koncových používateľov, ktorá je cieľom právnej úpravy.

Správca prístupu môže pristúpiť k spracovaniu osobných údajov koncového používateľa bez zabezpečenia získania súhlasu v zmysle skôr uvedenej povinnosti iba v tom prípade, ak by takéto spracovanie spĺňalo podmienky tzv. zákonného spracúvania údajov v zmysle Nariadenia o GDPR, a to z niektorého z nasledovných dôvodov:

- spracúvanie je nevyhnutné na splnenie zákonnej povinnosti správcu prístupu;
- spracúvanie je nevyhnutné, aby sa ochránili životne dôležité záujmy koncového používateľa alebo inej fyzickej osoby;
- spracúvanie je nevyhnutné na splnenie úlohy realizovanej vo verejnom záujme alebo pri výkone verejnej moci zverenej správcovi prístupu.⁹²

Za podstatné z pohľadu reálnej ochrany práv a záujmov koncového používateľa, ktorým je spotrebiteľ považujeme osobitné pravidlá platiace pre správcu prístupu pre prípad, ak sa koncový používateľ rozhodne svoj súhlas výslovne neposkytnúť alebo ho po predchádzajúcom poskytnutí odvolať. Správca prístupu v takomto prípade v súlade s článkom 5 bodom 1 predposlednou vetou nesmie svoju žiadosť o udelenie súhlasu na rovnaký účel zopakovať častejšie ako raz v priebehu jedného roka. V praxi to znamená, že v prípade, ak strážca prístupu v rámci poskytovania základnej platformovej služby, napríklad online služby sociálnej siete požiada koncového používateľa o udelenie súhlasu na spracovanie jeho osobných údajov za účelom poskytovania online reklamných služieb, a tento sa rozhodne neudelíť, ďalšiu takúto žiadosť mu bude môcť správca prístupu adresovať až v nasledujúco roku, a to iba jedenkrát. Vďaka uvedenej regulácii nemôže byť koncový používateľ vystavovaný nepriamemu tlaku pre udelenie súhlasu tým spôsobom, že mu strážca prístupu bude opakovane adresovať žiadosť o udelenie súhlasu pri používaní základných platformových služieb až do toho momentu, kým koncový používateľ „nepodľahne“ a v záujme ďalšieho nerušeného používania služieb sa tento súhlas nerozhodne udeliť.

⁹² K tomu bližšie pozri článok 6 bod 1 písm. c, d) a e) Nariadenia o GDPR.

Strážcovia prístupu majú ďalej podľa bodu 5 článku 5 nariadenie o digitálnych trhoch povinnosť povoliť koncovým používateľom prostredníctvom svojich základných platformových služieb prístup k obsahu, predplatnému, funkciám alebo iným položkám a ich používaniu (ďalej súhrnne len “položky”), s využitím softvérovej aplikácie komerčného používateľa aj v tom prípade, ak koncoví používatelia nadobudli tieto položky od komerčného používateľa bez toho, aby využívali základné platformové služby strážcu prístupu. Úprava uvedenej povinnosti strážcov prístupu má cieľ zabrániť tomu, aby strážcovia prístupu znemožňovali koncovým používateľom prístup k legálne nadobudnutým položkám komerčných používateľov z dôvodu toho, že tak koncoví používatelia urobili mimo platformy strážcu prístupu, prostredníctvom ktorej poskytuje základné platformové služby.

Opomenúť ďalej nemožno ani tú skutočnosť, že strážcovia prístupu majú povinnosť neobmedzovať koncových používateľov pokiaľ ide o ich možnosť zmeniť a/ alebo si predplatiť iné softvérové aplikácie a služby, ku ktorým sa pristupuje pri používaní základných platformových služieb strážcu prístupu.⁹³ Túto povinnosť majú správcovia prístupu výslovne aj v tom prípade, ak ide o výber služieb prístupu k internetu zo strany koncových používateľov. Príkladom praktického dopadu uvedenej povinnosti môžeme sledovať napríklad v tom, že v rámci mobilného operačného systému musí byť zachovaná možnosť bez akéhokoľvek obmedzenia používať aj inú ako predvolenú hudobnú alebo napríklad komunikačnú službu.

Ochrana kolektívnych záujmov spotrebiteľov ohrozených strážcami prístupu

Smernica Európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2020/1828 zo dňa 25.10.2020 o žalobách v zastúpení na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov a o zrušení smernice 2009/22/ES (ďalej len „Smernica o žalobách v zastúpení“) predstavuje procesno-inštitucionálny nástroj, ktorý dopĺňa snahy o sektorovú hmotnoprávnu harmonizáciu zmluvného práva v Európskej únii tým, že posilňuje praktickú ochranu, ale aj vymáhateľnosť práv spotrebiteľov v rámci vnútorného trhu Európskej Únie. Smernica o žalobách v zastúpení upravuje možnosť domáhať sa predbežného, ale aj konečného opatrenia v rámci vnútroštátnych aj cezhraničných konaní v Európskej únii. Smernica predpokladá na národnej úrovni vytvorenie zoznamov oprávnených subjektov, ktoré sú spôsobilé na podávanie žalôb v konaniach na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov. Takýmito záujmami sú pritom podľa Smernice o žalobách v zastúpení všeobecné záujmy spotrebiteľov.⁹⁴ Prijatím predmetnej smernice došlo k presunu

⁹³ K tomu bližšie pozri článok 6 bod 6 Nariadenia o digitálnych trhoch.

⁹⁴ K tomu bližšie pozri článok 3 bod 3 Smernice o žalobách v zastúpení.

ťažiska právnej ochrany od individuálnych, často ekonomicky nerentabilných sporov k procesne efektívnym kolektívnym mechanizmom – s cieľom znižovať transakčné náklady, posilňovať právnu istotu a podporovať fungovanie vnútorného trhu. Opatrenia vo forme súdnych príkazov možno dosiahnuť bez potreby dokazovania vzniku individuálnej škody či zavinenia obchodníka. Súd môže v konaniach začatých na podklade žaloby v zastúpení nariadiť upustenie od porušovania práv zasahujúcich do kolektívnych záujmov spotrebiteľov alebo uverejnenie rozhodnutia či opravného vyhlásenia. Smernica o žalobách v zastúpení však súčasne výslovne počíta aj s tým, aby súd mal možnosť obchodníkovi uložiť povinnosť poskytnúť dotknutým spotrebiteľom konkrétnu kompenzáciu. Slovenská republika rešpektujúc znenie Smernice o žalobách v zastúpení prijala zákon č. 261/2023 Z. z. o žalobách na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „Zákon o žalobách na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov“), čím došlo k transponovaniu dotknutej úpravy EÚ do právneho poriadku Slovenskej republiky.

Akt o digitálnych trhoch nadväzuje na prijatú Smernicu o žalobách v zastúpení tým, že v článku 42 výslovne uvádza, že na žaloby v zastúpení podané na strážcov prístupu vo veci porušovania ustanovení Aktu o digitálnych trhoch, ktoré poškodzujú alebo môžu poškodiť kolektívne záujmy spotrebiteľov sa vzťahuje predmetná smernica. Uvedené nepriamo potvrdzuje nami skôr formulovaný záver o tom, že konečnými používateľmi podľa Aktu o digitálnych trhoch môžu byť aj osoby v právnom postavení spotrebiteľov, pričom porušením povinností strážcov prístupu podľa Aktu o digitálnych trhoch môžu byť ohrozené alebo priamo porušené ich práva majúce charakter spotrebiteľských práv.

Záver

Na základe analýzy Aktu o digitálnych trhoch, ale aj súvisiacej právnej úpravy prezentovanej Nariadením o GDPR a Smernicou o žalobách v zastúpení sme dospeli k záveru, že predmetný akt upravuje aj také povinnosti strážcov prístupu, ktoré sa môžu priamo dotýkať subjektov v postavení spotrebiteľov. Spotrebiteľmi môžu byť v zmysle znenia a pojmológie Aktu o digitálnych trhoch koneční užívatelia základných platformových služieb. Súčasne platí, že Akt o digitálnych trhoch predpokladá možné porušenie kolektívnych záujmov spotrebiteľov v dôsledku porušenia povinností strážcov prístupu vyplývajúcich im práve z Aktu o digitálnych trhoch. Pre takýto prípad je v zmysle Aktu o digitálnych trhoch aplikovateľný postup podľa Smernice o žalobách v zastúpení, resp., v zmysle vnútroštátnej právnej úpravy SR postup podľa Zákona o žalobách na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov. Vzhľadom na uvedené konštatovania sme dospeli k záveru o potvrdení hypotézy, že Akt o digitálnych trhoch

predstavuje právnu reguláciu, ktorá pomáha ochrane práv spotrebiteľov. Smer toho názoru, že Akt o digitálnych trhoch napomáha ochrane práv spotrebiteľov jednak prostredníctvom konkrétnych, v príspevku analyzovaných ustanovení, ktoré sa priamo dotýkajú, resp. môžu dotýkať práv spotrebiteľov, ale súčasne aj nepriamo tým, že jeho účelom a cieľom je vytvorenie spravodlivého a konkurenčného hospodárskeho prostredia, čo v konečnom dôsledku prispieva aj k ochrane práv a záujmov spotrebiteľov.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. ADAMOVÁ Z., NOVOTNÁ M. Slovensko na ceste k harmonizácii digitálneho zmluvného práva. In: JURČOVÁ M. (ed.): Digitálne platformy. VEDA vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 2023. ISBN 978-80-224-2039-6
2. BAČÁROVÁ, R. Ústavnoprávne kolízie ochrany výsledkov tvorivej duševnej činnosti v digitálnom svete. In: Košické dni súkromného práva : recenzovaný zborník vedeckých prác. - Košice : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2021. ISBN 978-80-574-0024-0, s. 441-458
3. ČOLLÁK, J.: Mlčanie alebo nečinnosť ako právny úkon: niekoľko úvah o občianskom práve vo svete internetu alebo (ne)jasný systém "súhlasu a nesúhlasu". In: Košické dni súkromného práva : recenzovaný zborník vedeckých prác. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2016, ISBN 978-80-8152-400-4. s. 32-41
4. FILIČKO, V. Vec/Tovar s digitálnymi prvkami a spotrebiteľské zmluvy s digitálnym plnením. In: STUDIA IURIDICA Cassoviensia, Vydavateľstvo ŠfárikPress, UPJŠ v Košiciach, Vol. 13, 2025, No.2, ISSN: 1339-3995, s. 19-32, 2025 [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.33542/SIC2025-2-02>
5. KUŠNÍRIKOVÁ M. in. HRABČÁK M. et. al.: Blockchain technológia ako činiteľ (faktor) ovplyvňujúci súčasnú podobu práva / = Blockchain Technology as the Factor Influencing the Current Form of Law Ladislav Hrabčák ... [et al.] 1. vyd. - Košice : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2021. ISBN 9788081529795, s. 114
6. RUDOHRADESKÁ, S. – HUČKOVÁ, R. Ku vzťahu Aktu o digitálnych trhoch a súťažného práva. In. Právnik. Ústav štátu a práva AV ČR, 10/2023, ISSN 0231-6625, s. 944-958
7. SEMANOVÁ, M. – FRIEDRICH, M. Vzťah nariadenia DMA a práva hospodárskej súťaže a jeho vplyv na malé a stredné podniky. In. Bulletin slovenskej advokácie. Bratislava, SAK, 2024, roč. 30, č.1, ISSN 1335-1079, s. 10-17

AKT DSA A JEHO DOPADY NA ONLINE TRHOVISKÁ⁹⁵

JUDr. Lukáš Macko, PhD.

Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta

lukas.macko@flaw.uniba.sk

Abstrakt

Sociálne siete sa integráciou e-commerce funkcií transformovali na „sociálne trhoviská“, ktoré kombinujú sociálnu interakciu a online nákup. Príspevok analyzuje, do akej miery sa na ne vzťahuje Akt o digitálnych službách (Akt DSA), najmä čl. 30–32 upravujúce výsledovateľnosť obchodníkov, dizajn rozhrania a informovanie spotrebiteľov. Identifikované sú tri hlavné problémy: prekryvanie DSA s existujúcim spotrebiteľským právom EÚ, nejasnosti pri určovaní statusu obchodníkov a nedostatky v presadzovaní pravidiel v prostredí sociálnych platforiem. Štúdia poukazuje na potrebu spresnenia a lepšej koordinácie právnej úpravy s cieľom posilniť ochranu spotrebiteľa v sociálnom obchode.

Abstract

The integration of e-commerce features into social media has transformed these platforms into “social marketplaces”, combining social interaction and online shopping. This paper examines the applicability of the Digital Services Act (DSA), with a focus on Articles 30–32 concerning trader traceability, interface design, and consumer information. The analysis identifies three key challenges: overlap between the DSA and existing EU consumer protection law, ambiguity in determining trader status, and enforcement gaps specific to social platform environments. The study highlights the need for regulatory clarification and improved legal coherence to strengthen consumer protection in social commerce.

Kľúčové slová: sociálne trhoviská, sociálny obchod, ochrana spotrebiteľa, Akt o digitálnych službách, online platformy

Key words: social marketplaces, social commerce, consumer protection, Digital Services Act, online platforms

Úvod

Predaj tovarov a služieb priamo cez sociálne médiá — tzv. obchodovanie na sociálnych sieťach sa stáva dôležitým obchodným modelom v platformovej ekonomike. Zavádzaním e-commerce funkcií sa bežné sociálne siete premenili na „sociálne trhoviská“ — novú kategóriu online platforiem na pomezí sociálnych sietí a klasických online trhovísk.

Hoci Akt DSA explicitne neadresuje obchodovanie na sociálnych sieťach, vzťahujú sa naň niektoré jeho povinnosti určené pre „online platformy, ktoré spotrebiteľom umožňujú

⁹⁵ Príspevok je výstupom projektu VEGA č. 1/0431/23 „Konkurencia záujmov spotrebiteľov a obchodníkov pri dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb na jednotnom digitálnom trhu s dôrazom na právne a ekonomické aspekty.“

uzatvárať zmluvy na diaľku s obchodníkmi“. Sociálne trhoviská tak spadajú pod oddiel 4 Aktu DSA, predovšetkým článku 30 (vysledovateľnosť obchodníkov), 31 (návrhové požiadavky rozhrania) a 32 (právo na informácie).

Aplikačné problémy regulácie

Z doterajšej aplikácie Aktu DSA možno abstrahovať tri hlavné slabiny prístupu Aktu DSA k ochrane spotrebiteľa na sociálnych trhoch: i) regulačná zložitosť spôsobená prekryvaním s existujúcim *acquis* EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa, ii) nejednoznačný výklad, pretože Akt DSA nebol pôvodne navrhnutý s ohľadom na sociálne trhy, a iii) medzery v presadzovaní práva, ktoré sú špecifické pre obchodovanie na sociálnych médiách.

Povaha sociálnych médií sa zmenila, z priestorov na zdieľanie obsahu sa stali aj komerčnými platformami. Platformy integrovali nástroje elektronického obchodu (príklad: Marketplace od Facebooku alebo TikTok Shop), čo umožnilo priame nákupy a vytvorilo nové formy interakcií medzi predajcami, tvorcami obsahu a spotrebiteľmi. Tento vývoj vyvoláva otázky ohľadom ochrany spotrebiteľa pri transakciách s tretími stranami a zároveň zostáva nedostatočne skúmaný z pohľadu spotrebiteľského práva.⁹⁶

Sociálny obchod možno vnímať dvoma spôsobmi. Z jednej strany ako sociálny fenomén a to v podobe podskupiny e-commerce využívajúcej sociálne interakcie a obsah vytváraný používateľmi na ovplyvňovanie nákupných rozhodnutí (napr. unboxing videá, živé streamy značiek). Z druhej strany ako transakčný fenomén v podobe integrácie e-commerce funkcií priamo do sociálnych platforiem, ktorá umožňuje nákupné interakcie v rámci sociálneho prostredia.⁹⁷

Formálne sociálne trhoviská umožňujú celý nákupný proces (od objavenia produktu po platbu) priamo v rámci platformy a pripomínajú tradičný e-commerce, avšak s integrovaným sociálnym prostredím. Neformálne sociálne trhoviská zasa často len sprostredkujú odkaz na externé stránky prostredníctvom prehliadača v aplikácii a používateľ tak síce zostáva „v aplikácii“, no dokončenie platby prebieha na webe tretieho subjektu. Napriek tomu platformy majú značnú kontrolu nad takýmito prostrediami (sledovanie správania, interakcií a pod.), čo

⁹⁶ KIM, D. Under What Conditions Will Social Commerce Business Models Survive? *Electron. Commer. Res. Appl.* 2013;12(2):69–77. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2012.12.002>.

⁹⁷ AADE, L. The regulation of social media commerce under the DSA: A consumer protection perspective: In *Computer Law & Security Review*. 2025, [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2025.106181>.

⁹⁷ WEST E. Buy Now: How Amazon Branded Convenience and Normalized Monopoly. Cambridge: In *MIT Press*; 2022.

posilňuje argument, že aj prehliadače v aplikáciách môžu byť právne považované za súčasť rozhrania platformy.⁹⁸

V dôsledku toho by sa formálne i neformálne sociálne trhy mohli kvalifikovať ako „online platformy, ktoré umožňujú uzatvárať zmluvy na diaľku s obchodníkmi“ podľa Aktu DSA, aj keď odôvodnenia Aktu DSA rozlišujú medzi „sociálnymi sieťami“ a „online trhoviskami“ ako samostatnými kategóriami. Tento rozpor naznačuje, že legislatíva nebrala do úvahy platformy kombinujúce sociálne a obchodné funkcie, čím vznikla nová kategória a to sociálne trhoviská, ktoré by mali spĺňať povinnosti oddielu 4 Aktu DSA.

Kľúčové ustanovenia Aktu DSA vzťahujúce sa na ochranu spotrebiteľa sú články 30–32. Článok 30 ukladá platformám povinnosť získať pred poskytnutím e-obchodných služieb údaje o obchodníkoch (identita, právne postavenie, účet, doklady) za účelom dodržania princípu „poznaj svojho obchodného partnera“. V praxi je však kľúčovým problémom určiť, ktorí predajcovia na sociálnych trhoch sú skutočnými obchodníkmi, pretože používatelia často kombinujú sociálnu aktivitu a predaj. Práve toto rozlíšenie medzi príležitostným predajcom a obchodníkom je v kontexte sociálnych sietí komplikované.

Európske predpisy (Smernica o právach spotrebiteľov, Smernica o nekalých praktikách) požadujú, aby platformy informovali spotrebiteľa o tom, či tretia strana pôsobí ako obchodník, často na základe vyhlásenia tejto tretej strany. Akt DSA dopĺňa túto povinnosť a zároveň vyžaduje, aby platformy vynaložili „maximálne úsilie“ na overenie pravosti týchto údajov. Overovanie pritom nesmie viesť k všeobecnému monitorovaniu, ktoré Akt DSA zakazuje.

Článok 31 požaduje, aby platformy navrhovali svoje rozhranie tak, aby obchodníci mohli plniť svoje zákonné povinnosti (predzmluvné informácie podľa Smernice o právach spotrebiteľov). Kým tradičné e-commerce platformy už dlhodobo poskytujú šablóny a nástroje pre zverejnenie takýchto informácií, sociálne trhoviská (najmä neformálne) často túto podporu neposkytujú a rozhrania sú navrhnuté skôr na plynulé prehliadanie a emocionálne zapojenie než na štandardizované zverejňovanie právnych informácií. Akt DSA pritom obsahuje zoznam minimálnych údajov, ktoré by mali byť prostredníctvom rozhrania dostupné — no tieto nie sú úplne zhodné s požiadavkami smerníc o spotrebiteľských právach.⁹⁹

Článok 32 ukladá platformám povinnosť informovať spotrebiteľov, ak zistia, že spotrebiteľ v uplynulých 6 mesiacoch kúpil nelegálny produkt alebo službu cez ich služby,

⁹⁸ WEST E. Buy Now: How Amazon Branded Convenience and Normalized Monopoly. Cambridge: In MIT Press; 2022.

⁹⁹ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES.

pričom oznámenie musí obsahovať povahu protiprávnosti, identitu obchodníka a dostupné opravy. Akt DSA zároveň vyžaduje, aby platformy verejne sprístupnili tieto informácie na svojom rozhraní. V praxi však takéto zverejňovanie naráža na obchodné záujmy platforiem a na problémy pri overovaní plnenia tejto povinnosti (obzvlášť ak platforma nespracúva platby a nemá záznamy o transakciách). Akt DSA tiež nešpecifikuje dobu, počas ktorej musia byť verejné oznámenia ponechané dostupné, čo sťažuje dohľad a vynútenie.¹⁰⁰

Záver

Akt DSA obsahuje ustanovenia, ktoré sú relevantné pre ochranu spotrebiteľa v kontexte sociálneho obchodu, avšak právny rámec nie je vo vzťahu k sociálnym trhom úplne konzistentný ani konkrétny. Právne režimy EÚ sú fragmentované, Akt DSA sa dopĺňa so smernicami o právach spotrebiteľov a o nekalých praktikách, čo vytvára nejasnosti ohľadom vzájomných vzťahov noriem, výkladu pojmov (napr. kto je obchodník) a presadzovania povinností na platformách, ktoré kombinujú sociálne a obchodné funkcie.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. AADE, L. The regulation of social media commerce under the DSA: A consumer protection perspective. In Computer Law & Security Review, 2025. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2025.106181>
2. ANNABELL T. - KELDER T. - VAN DE KERKHOF J. - GOANTA C. Influencer as Individual and Trader: Exploring the Boundaries of Discrimination in Influencer Marketing from a Multidisciplinary Perspective. In Journal of Media and Cultural Studies. Publikované: 13.6.2025. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/10304312.2025.2518967>
3. BISHOP, S. “Creator” and “influencer” aren’t different jobs. Who does it serve to pretend they are? In Reallife. 2021 Publikované: 14.6.2021 [online]. Dostupné z: <https://reallifemag.com/name-of-the-game/>
4. CAUFFMAN, C. New EU rules on business-to-consumer and platform-to-business relationships. In Maastricht Journal of European and Comparative Law. 2019, roč. 26, č. 4, s. 469–479 [online]. Dostupné z: 469–88. <https://doi.org/10.1177/1023263X19865835>

¹⁰⁰ Tamtiež.

5. GOANTA, C. Now What: Exploring the DSA's Enforcement Futures in Relation to Social Media Platforms and Native Advertising. [online]. Dostupné z: <https://verfassungsblog.de/dsa-now-what/>
6. KIM, D. Under What Conditions Will Social Commerce Business Models Survive? Electron. Commer. Res. Appl. 2013;12(2):69–77. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2012.12.002>
7. KRAUSE, F. IOS Privacy: Instagram and Facebook can track anything you do on any website in their in-app browser. [online]. Dostupné z: <https://krausefx.com/blog/ios-privacy-instagram-and-facebook-can-track-anything-you-do-on-any-website-in-their-in-app-browser>, 2022
8. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES
9. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004
10. STURIALE L- SCUDERI A. Evaluation of Social Media Actions for the Agrifood System. Procedia Technol 2013;8:200–9. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2013.11.028>
11. WEST E. Buy Now: How Amazon Branded Convenience and Normalized Monopoly. Cambridge: In MIT Press; 2022

ONLINE NÁKUPNÉ SPRÁVANIE SPOTREBITEĽOV V EURÓPSKEJ ÚNII V KONTEXTE AKTU O DIGITÁLNYCH SLUŽBÁCH¹⁰¹

Ing. Jana Matášová

Ekonomická univerzita v Bratislave, Podnikovohospodárska fakulta so sídlom v Košiciach

jana.matasova@euba.sk

Abstrakt

Cieľom príspevku je analyzovať vývoj miery zapojenia spotrebiteľov do online nákupov v Európskej únii po roku 2020 a posúdiť možné súvislosti s prijatím a implementáciou Aktu o digitálnych službách (DSA). Na základe údajov za obdobie rokov 2020 – 2024 je sledovaný podiel jednotlivcov nakupujúcich online, demografická štruktúra nakupujúcich podľa veku a najčastejšie nakupované kategórie tovarov alebo služieb. Príspevok vychádza z predpokladu, že zlepšenie právnej istoty, transparentnosti a dôveryhodnosti online prostredia vďaka DSA, môže prispievať k vyššej miere účasti spotrebiteľov na digitálnych trhoch. Výsledky poukazujú na postupný nárast podielu online nakupujúcich v Európskej únii a na význam mladšej a strednej vekovej kategórie ako hlavných aktérov digitálnej spotreby. Diskusia sa sústreďuje na právne a ekonomické implikácie DSA vo vzťahu k ochrane spotrebiteľov a k dôvere v digitálne služby.

Abstract

The aim of this paper is to analyse the development of consumer engagement in online shopping in the European Union after 2020 and to assess possible links with the adoption and implementation of the Digital Services Act (DSA). Based on data for the period 2020–2024, the share of individuals shopping online, the demographic structure of shoppers by age, and the most frequently purchased categories of goods or services are monitored. The paper is based on the assumption that improving legal certainty, transparency, and trustworthiness in the online environment through the DSA can contribute to higher consumer participation in digital markets. The results point to a gradual increase in the share of online shoppers in the European Union and to the importance of the younger and middle age groups as the main actors in digital consumption. The discussion focuses on the legal and economic implications of the DSA in relation to consumer protection and trust in digital services.

Kľúčové slová: digitálne trhy, online nakupovanie, spotrebiteľské správanie, Akt o digitálnych službách

Key words: digital markets, online shopping, consumer behavior, Digital Services Act

Úvod

Dynamicky rozvoj digitálnych technológií zásadným spôsobom transformoval správanie spotrebiteľov aj podnikateľov na európskom trhu. Online nakupovanie sa

¹⁰¹ Príspevok je výstupom projektu VEGA č. 1/0431/23 „Konkurencia záujmov spotrebiteľov a obchodníkov pri dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb na jednotnom digitálnom trhu s dôrazom na právne a ekonomické aspekty.“

z pôvodného spôsobu predaja vyvinulo na jeden z dominantných kanálov spotreby, pričom tento trend výrazne akcelerovala pandémia Covid-19. Rastúci objem digitálnych transakcií priniesol so sebou nielen nové príležitosti pre podniky a spotrebiteľov, ale aj celý rad právnych, etických a spoločenských výziev. Medzi najvýznamnejšie problémy patria otázky ochrany osobných údajov, transparentnosti algoritmov, šírenia nelegálneho a zavádzajúceho obsahu či zodpovednosti digitálnych platforiem za poskytované služby a zverejňovaný obsah.

Európska únia reagovala na tieto výzvy prijatím Nariadenia (EÚ) 2022/2065 o digitálnych službách, známeho ako Akt o digitálnych službách (Digital Services Act, DSA). Tento legislatívny rámec nadväzuje na smernicu o elektronickom obchode z roku 2000, avšak predstavuje jej komplexnú modernizáciu, prispôbenú aktuálnym trendom digitálnej ekonomiky. DSA zavádza nové povinnosti pre online platformy, sprostredkovateľov a veľkých poskytovateľov digitálnych služieb s cieľom posilniť transparentnosť, zodpovednosť a bezpečnosť digitálneho prostredia. Kladie dôraz najmä na ochranu spotrebiteľov a ich práv v online priestore, podporuje dôveru v digitálne služby a vytvára predpoklady pre férovejšie a udržateľnejšie fungovanie digitálneho trhu. Napriek tomu sa v rámci Európskej únie prejavujú aj rozdiely v prístupe k digitálnym technológiám a službám, ktoré možno označiť ako prejavy digitálnej chudoby. Ide o sociálno-ekonomický jav spojený s nedostatočnou infraštruktúrou, nízkou úrovňou digitálnych zručností či finančnými bariérami, ktoré bránia rovnomernému zapojeniu všetkých skupín obyvateľstva do digitálneho trhu.

V kontexte týchto zmien sa otázka online nákupného správania spotrebiteľov stáva kľúčovou témou výskumu aj politickej diskusie. Sledovanie vývoja miery zapojenia spotrebiteľov do online nákupov, ich demografickej štruktúry a preferovaných kategórií tovarov a služieb umožňuje lepšie pochopiť dopady právneho rámca DSA na reálne správanie účastníkov trhu. Zároveň vytvára priestor na hodnotenie efektívnosti implementácie DSA z pohľadu posilňovania dôvery, transparentnosti a právnej istoty v digitálnom prostredí.

Teoretické východiská

Digitalizácia hospodárstva v posledných rokoch zásadne zmenila spôsoby, akými spotrebiteľia nakupujú tovary a služby. Elektronický obchod sa stal nielen doplnkom tradičných foriem nákupu a predaja, ale kľúčovým segmentom hospodárskej aktivity¹⁰². V rámci Európskej únie sa online prostredie stalo prirodzeným priestorom ekonomickej výmeny,

¹⁰² USTUNDAG, A. - CEVIKCAN, E. Industry 4.0: Managing the Digital Transformation. In: Springer: New York, NY, USA, 2017. ISBN 978-3-319-57870-5.

v ktorom sa prelínajú technologické inovácie, právne záruky a spotrebiteľské správanie¹⁰³. Rast elektronického obchodu nie je iba technickým javom, ale aj spoločensko-ekonomickým procesom, v ktorom právna istota a regulačná stabilita vytvárajú podmienky pre efektívne fungovanie digitálnych trhov¹⁰⁴.

Z hľadiska ekonomickej teórie možno správanie spotrebiteľov na digitálnych trhoch vysvetľovať ako reakciu na kombináciu troch faktorov: dostupnosti technológií, vnímania rizika a kvality regulačného prostredia¹⁰⁵. Autori poukazujú na to, že rozhodnutie uskutočniť online nákup je výsledkom vzťahu medzi vnímanými prínosmi a vnímanými bariérami¹⁰⁶. Medzi prínosy patrí rýchlosť, pohodlie a širšia ponuka, zatiaľ čo bariérami sú neistota, nedostatok informácií či obava z nečestných praktík¹⁰⁷. Regulácia zohráva dôležitú úlohu, pretože znižuje tieto bariéry prostredníctvom právnych záruk a transparentnosti.

Európska únia sa tejto problematike venuje dlhodobo. Základným právnym rámcom pre elektronický obchod bola Smernica 2000/31/ES o elektronickom obchode, ktorá stanovila pravidlá pre poskytovateľov informačných služieb a zaviedla princíp obmedzenej zodpovednosti sprostredkovateľov¹⁰⁸. Postupne ju dopĺňali ďalšie právne akty, ako Smernica 2011/83/EÚ o právach spotrebiteľov¹⁰⁹ či Všeobecné nariadenie o ochrane údajov (GDPR)¹¹⁰. Tieto dokumenty definovali základné práva spotrebiteľov v digitálnom priestore. S rastom technologickej komplexnosti sa ukázalo, že pôvodné rámce už nedokázali reagovať na nové typy rizík, ako napr. vznik platformových trhov, personalizovanú reklamu či obchodné modely založené na údajoch¹¹¹.

¹⁰³ AADE, L. The regulation of social media commerce under the DSA: A consumer protection perspective. In: *Computer Law & Security Review*, vol. 59, 106181, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2025.106181>.

¹⁰⁴ WAERDT, P. J. Reinforcing data protection and competition through art. 6(2) of the Digital Markets Act. In: *International Review of Law and Economics*, vol. 82, 106265, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.irle.2025.106265>.

¹⁰⁵ HANDOYO, S. Purchasing in the digital age: A meta-analytical perspective on trust, risk, security, and e-WOM in e-commerce. In: *Heliyon*, vol. 10, issue 8, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29714>.

¹⁰⁶ XU, Y.- HE, D.- FAN, M. Antecedent research on cross-border E-commerce consumer purchase decision-making: The moderating role of platform-recommended advertisement characteristics. In: *Heliyon*, vol. 10, issue 18, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e37627>.

¹⁰⁷ WANG, CH., LIU - T., ZHU, Y. - WANG, H. - WANG, X.- ZHAO, S. The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border E-commerce platforms. In: *Heliyon*, vol. 9, issue 11, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21617>.

¹⁰⁸ Smernica 2000/31/ES Európskeho parlamentu a Rady z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode)

¹⁰⁹ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov

¹¹⁰ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov).

¹¹¹ LAUX, J. - WACHTER, S.- MITTELSTADT, B. Taming the few: Platform regulation, independent audits, and the risks of capture created by the DMA and DSA. In: *Computer Law & Security Review*, vol. 43, 105613, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2021.105613>.

Na túto potrebu reagovala Európska únia prijatím Nariadenia (EÚ) 2022/2065 o digitálnych službách, známeho ako Akt o digitálnych službách (Digital Services Act, DSA)¹¹². DSA vytvára nový regulačný rámec pre poskytovateľov online služieb, od malých sprostredkovateľov až po veľké online platformy a kladie dôraz na transparentnosť, zodpovednosť a bezpečnosť online prostredia¹¹³. Z ekonomického pohľadu možno DSA interpretovať ako súbor opatrení, ktoré majú za cieľ zlepšiť kvalitu trhového prostredia a posilniť fungovanie mechanizmov elektronického obchodu¹¹⁴. Zavádza povinnosti týkajúce sa zverejňovania informácií o fungovaní algoritmov a personalizácie obsahu, čím sa znižuje informačná asymetria medzi poskytovateľom služby a používateľom.

Z hľadiska správania spotrebiteľov má regulácia tohto typu významné sekundárne efekty. Transparentné pravidlá a vymáhateľnosť zodpovednosti znižujú neistotu, a tým podporujú širšiu účasť na digitálnych trhoch¹¹⁵. Kvalita regulačného prostredia je jedným z hlavných faktorov, ktoré ovplyvňujú, do akej miery obyvatelia využívajú digitálne služby. Ak sú právne záruky jasné a prístupné k náprave jednoduchý, spotrebiteľia sa častejšie zapájajú do online nákupov a rozširujú spektrum využívaných služieb¹¹⁶.

Teoretickým východiskom tohto vedeckého príspevku je predpoklad, že regulácia digitálnych služieb prostredníctvom Aktu o digitálnych službách vytvára podmienky pre rozvoj online nákupného správania jednotlivcov v Európskej únii. Zmeny v legislatíve možno chápať ako štrukturálny impulz, ktorý ovplyvňuje správanie spotrebiteľov prostredníctvom objektívneho zlepšenia bezpečnosti, informovanosti a predvídateľnosti online prostredia.

Z tohto pohľadu je vhodné skúmať, ako sa po roku 2020 menil podiel jednotlivcov v Európskej únii, ktorí nakupujú online, ktoré vekové skupiny sa na týchto aktivitách podieľajú najviac a aké typy tovarov alebo služieb dominujú v online nákupoch. Tieto empirické ukazovatele umožňujú hodnotiť, či sa regulačné zásady Európskej únie prejavujú aj na úrovni reálneho spotrebiteľského správania.

¹¹² Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES (akt o digitálnych službách).

¹¹³ DECAROLIS, F.- LI, M. Regulating online search in the EU: From the android case to the digital markets act and digital services act. In: International Journal of Industrial Organization, Vol. 90, 102983, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2023.102983>.

¹¹⁴ BUKHT, R.- HEEKS, R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. In: Development Informatics Working Paper, no. 68, 2017. DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3431732>.

¹¹⁵ NGUYEN, T. T. - NGUYEN, H. T. - NGUYEN, A. V. - TRAN, P. T. - MAI, H. N. - PHAM, T. V. A. Consumers' Vulnerability and E-commerce purchase behavior: A serial mediation model. In: Telematics and Informatics Reports, vol. 18, 100215, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100215>.

¹¹⁶ AL-ADWAN, A. S. - ALROUSAN, M. K. - YASEEN, H. - ALKUFAHY, A. M. - ALSAUD M. Boosting Online Purchase Intention in High-Uncertainty-Avoidance Societies: A Signaling Theory Approach. In: Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, vol. 8, issue 3, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/joitmc8030136>.

Metodológia

Cieľom vedeckého príspevku je analyzovať vývoj miery zapojenia spotrebiteľov do online nákupov v Európskej únii po roku 2020 a posúdiť možné súvislosti s prijatím a implementáciou Aktu o digitálnych službách (DSA).

Zvolený časový rámec rokov 2020 – 2024 je opodstatnený z hľadiska významných zmien v oblasti digitálnej spotreby. Rok 2020 predstavuje obdobie výrazného rastu online nákupov v dôsledku pandémie Covid-19, ktorá spôsobila presun značnej časti spotrebiteľskej aktivity do online prostredia. Rok 2022 je zlomový prijatím Nariadenia (EÚ) 2022/2065 o digitálnych službách, pričom roky 2023 – 2024 zachytávajú proces jeho implementácie. Uvedené obdobie preto umožňuje zachytiť možné zmeny v nákupnom správaní spotrebiteľov v nadväznosti na novú právnu reguláciu digitálneho trhu.

Analýza je založená na kvantitatívnom prístupe využívajúcom sekundárne štatistické údaje pochádzajúce z oficiálnych európskych databáz, predovšetkým z Eurostatu a Európskej komisie. Predmetom skúmania sú tieto ukazovatele:

- Internet purchases by individuals – internetové nákupy jednotlivcov za posledných 12 mesiacov v období rokov 2020 – 2024 v jednotlivých krajinách Európskej únie;
- Internet purchases by individuals by age group – internetové nákupy jednotlivcov podľa vekových skupín za posledných 12 mesiacov v období rokov 2020 – 2024 v Európskej únii;
- Internet purchases (goods or services) – internetové nákupy (tovary alebo služby) za posledné 3 mesiace v Európskej únii a na Slovensku v období rokov 2020 – 2024.

Na spracovanie údajov bude aplikovaná základná deskriptívna štatistika, ktorá sa zameria na identifikáciu hlavných trendov, rozdielov a vývojových tendencií v správaní spotrebiteľov v online priestore. Výsledky budú prezentované prostredníctvom prehľadných grafických vizualizácií a tabuliek, ktoré umožnia názorne zobrazit' časové zmeny, regionálne rozdiely a rozdiely medzi členskými krajinami Európskej únie.

Súčasťou analýzy bude priestorová a trendová komparácia, ktorá umožní porovnať dynamiku, intenzitu a úroveň online nakupovania v jednotlivých krajinách Európskej únie. Týmto spôsobom bude možné identifikovať krajiny s najrýchlejším rastom digitálneho trhu, ako aj tie, ktoré vykazujú pomalšiu adaptáciu na nové podmienky elektronického obchodu. Získané výsledky budú slúžiť ako podklad pre diskusiu o možnom vplyve prijatia a implementácie DSA na správanie spotrebiteľov a rozvoj digitálneho trhu v Európskej únii.

Výsledky a diskusia

V analyzovanom období rokov 2020 až 2024 možno pozorovať výrazný a stabilný rast podielu obyvateľov Európskej únie, ktorí uskutočňujú nákupy prostredníctvom internetu. Tento trend odzrkadľuje pokračujúcu digitalizáciu spotrebiteľského správania a adaptáciu obyvateľov na nové technologické možnosti, ktoré sa stali neoddeliteľnou súčasťou moderného hospodárstva. Dáta poukazujú na pretrvávajúcu digitálnu nerovnováhu medzi jednotlivými krajinami Európskej únie, ktorá úzko súvisí úrovňou ekonomickej vyspelosti, kvalitou digitálnej infraštruktúry, mierou digitalizácie verejného i súkromného sektora a celkovou digitálnou gramotnosťou obyvateľstva. Táto nerovnováha zároveň reflektuje aj širší fenomén digitálnej chudoby, ktorá obmedzuje možnosti obyvateľov s nižším príjmom alebo nižším vzdelaním plnohodnotne využívať online služby. Znižovanie tohto typu nerovnosti predstavuje dôležitý predpoklad pre skutočne inkluzívnu digitálnu transformáciu.

Tab. 1 Podiel jednotlivcov nakupujúcich online v krajinách Európskej únie

Krajina	2020	2021	2022	2023	2024
Írsko	74,38	87,41	82,00	87,12	94,70
Holandsko	86,60	89,47	88,21	92,41	94,06
Dánsko	89,31	90,82	88,30	89,01	90,86
Švédsko	84,15	86,74	85,96	88,75	88,39
Česko	71,64	75,48	77,00	77,68	81,24
Luxembursko	78,57	80,97	80,81	79,79	80,36
Francúzsko	73,59	75,68	75,85	76,93	80,29
Fínsko	75,83	78,64	78,64	79,14	78,94
Slovensko	62,45	75,32	76,72	76,82	78,18
Nemecko	82,55	76,02	76,18	77,48	77,89
Belgicko	72,72	75,19	74,83	75,26	76,08
Maďarsko	60,02	66,01	70,32	69,67	74,18
Estónsko	68,43	70,32	70,83	73,12	73,06
Európska únia	64,74	67,11	67,95	69,60	71,76

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostatu, 2025

Krajiny, ktoré dlhodobo dosahujú nadpriemerné hodnoty (tabuľka 1) v oblasti online nakupovania, tvoria najmä štáty severnej a západnej Európy, ako sú Írsko, Holandsko, Dánsko, Švédsko či Fínsko. V týchto ekonomikách sa podiel jednotlivcov nakupujúcich online pohyboval v roku 2024 nad úrovňou 85 %, pričom Írsko (94,70 %) a Holandsko (93,06 %) patria medzi absolútnych lídrov. Pozitívne smerovanie je zreteľné aj v stredoeurópskych krajinách, ako sú Česko, Slovensko a Maďarsko, ktoré v roku 2020 zaostávali za priemerom Európskej únie, do roku 2024 zaznamenali výrazný nárast jednotlivcov nakupujúcich online a presiahli priemer krajín Európskej únie.

V druhej skupine krajín (tabuľka 2), ide prevažne o krajiny z južnej a východnej Európy, podiel online nakupujúcich zaostával za priemerom Európskej únie, ktorý bol v roku 2024 na úrovni 71,76 %. Ide najmä o krajiny ako Bulharsko, Rumunsko, Taliansko, Grécko či Portugalsko. Napríklad Bulharsko vykazovalo v roku 2024 hodnotu len 49,78 %, čo predstavuje najnižší podiel v rámci celej Európskej únie. Tieto štáty sa vyznačujú nižšou digitálnou gramotnosťou obyvateľstva, obmedzenou dôverou v online platby, ale aj nižšou úrovňou rozvoja digitálnej infraštruktúry, predovšetkým v menej urbanizovaných oblastiach. Významnú úlohu zohrávajú aj kultúrne a behaviorálne faktory – silná preferencia osobného kontaktu pri nákupe, nižšia otvorenosť k technologickým inováciám a pomalšia adaptácia malých a stredných podnikov na elektronické obchodné modely

Tab. 2 Podiel jednotlivcov nakupujúcich online v Európskej únii

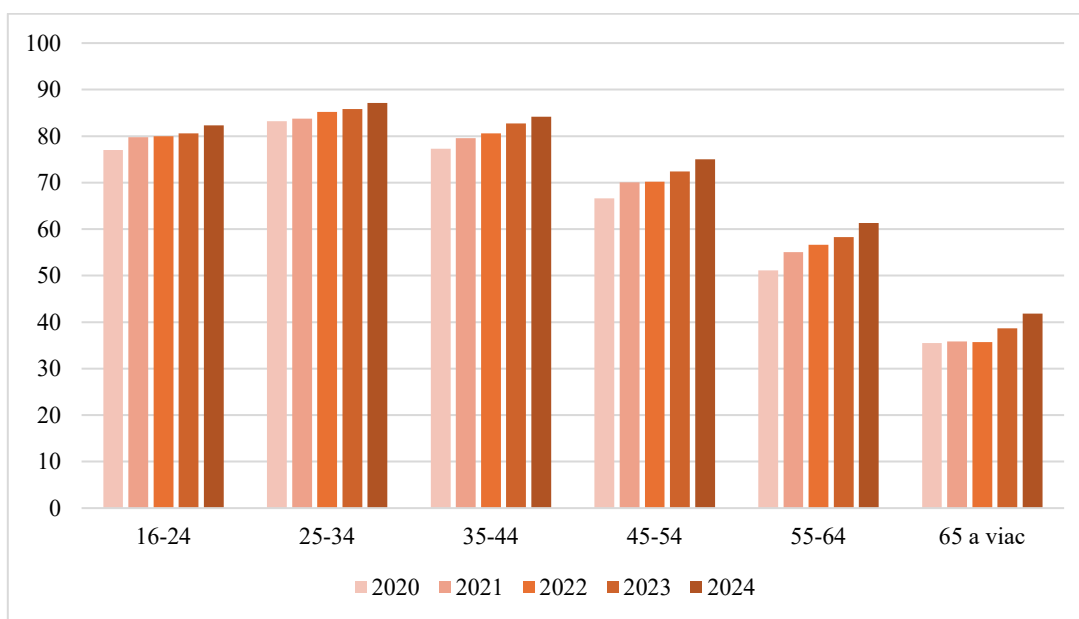
Krajina	2020	2021	2022	2023	2024
Rakúsko	66,30	63,17	65,65	72,17	70,73
Malta	62,81	64,62	67,64	67,68	69,23
Španielsko	62,62	66,63	67,91	68,88	68,94
Poľsko	60,93	61,17	64,58	64,32	67,41
Slovinsko	62,91	71,20	62,58	65,85	66,26
Lotyšsko	56,22	61,82	61,98	62,14	65,10
Grécko	46,35	54,22	58,69	57,53	64,94
Cyprus	47,19	54,01	50,06	56,83	64,57
Litva	53,81	60,00	60,06	60,91	64,38
Chorvátsko	55,01	57,35	56,15	59,14	59,30
Portugalsko	44,50	51,59	53,53	54,75	59,30
Rumunsko	37,86	38,49	45,73	50,30	56,12
Taliansko	43,93	51,45	49,30	51,11	53,60
Bulharsko	30,95	33,04	40,54	45,19	49,78

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostatu, 2025

Priemer EÚ vzrástol z 64,74 % v roku 2020 na 71,76 % v roku 2024, čo predstavuje nárast o 7,02 p. b. Tento trend je výsledkom komplexných politických, technologických a sociálnych faktorov. Európska únia dlhodobo presadzuje digitalizáciu verejných služieb, zlepšuje dostupnosť širokopásmového internetu a podporuje rozvoj jednotného digitálneho trhu, čo vytvára priaznivé podmienky pre rozširovanie online nakupovania. Rast zároveň odráža zmenu spotrebiteľských preferencií, keď sa elektronické obchodovanie stalo prirodzenou a každodennou súčasťou nákupného správania obyvateľov.

Graf 1 poukazuje na stabilný rast využívania online nákupov naprieč všetkými vekovými kategóriami v Európskej únii v období od roku 2020 do roku 2024. Najvyššiu mieru participácie na online nakupovaní vykazujú dlhodobo mladšie vekové skupiny (od 16 do 24

rokov a od 25 do 34 rokov). Vo vekovej skupine od 25 rokov do 34 rokov sa podiel online nakupujúcich pohyboval na úrovni medzi 83 % až 87 % a vo vekovej skupine od 16 rokov do 24 rokov v rozmedzí od 77 % do 82 %. V skupinách od 35 rokov do 44 rokov a od 45 rokov do 54 rokov bol zaznamenaný rastúci trend, pričom podiel online nakupujúcich sa v priebehu sledovaného obdobia zvýšil približne o 7 až 9 p. b. Tieto skupiny predstavujú jadro ekonomicky aktívnej populácie, ktorá sa v online prostredí čoraz častejšie orientuje nielen na nákup tovarov, ale aj služieb.



Graf 1 Podiel online nakupujúcich podľa vekových skupín v Európskej únii

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostatu, 2025

Výraznejšie zmeny boli pozorované vo vekových kategóriách od 55 rokov do 64 rokov a od 65 a viac rokov, kde došlo k najvýraznejšiemu nárastu medzi rokmi 2022 a 2023, čo bolo spôsobené pandémiou Covid-19. Hoci úroveň využívania online nákupov zostala nižšia než u mladších vekových skupín, rast v týchto vekových skupinách signalizuje zlepšenie digitálnych zručností staršej populácie a vyššiu dôveru v digitálne služby. Tento vývoj môže byť čiastočne ovplyvnený implementáciou Aktu o digitálnych službách (DSA), ktorý zvyšuje transparentnosť a bezpečnosť online prostredia.

Na úrovni Európskej únie možno v období rokov 2020 až 2024 pozorovať stabilný rast podielu spotrebiteľov nakupujúcich online vo väčšine kategórií tovarov (tabuľka 3). Medzi najčastejšie nakupované kategórie patrili oblečenie, dodávky z reštaurácií, reťazcov rýchleho občerstvenia, cateringové služby a nábytok, bytové doplnky alebo záhradnícke výrobky.

**Tab. 3 Podiel jednotlivcov nakupujúcich online podľa kategórie tovar alebo služby
v Európskej únii a na Slovensku**

EÚ	2020	2021	2022	2023	2024	SK	2020	2021	2022	2023	2024
Oblečenie	33,47	38,53	38,15	40,47	42,33	Oblečenie	32,28	48,88	45,46	47,30	46,15
Športové potreby	11,29	13,87	12,77	13,62	15,41	Športové potreby	12,32	19,81	16,65	17,84	16,25
Detské hračky alebo potreby na starostlivosť o dieťa	9,13	11,44	10,58	11,40	12,10	Detské hračky alebo potreby na starostlivosť o dieťa	6,78	14,37	12,99	14,32	13,37
Nábytok, bytové doplnky alebo záhradnícke výrobky	15,20	16,64	14,70	15,20	18,01	Nábytok, bytové doplnky alebo záhradnícke výrobky	10,70	23,05	17,83	15,98	16,74
Hudba ako CD, vinylové platne	3,87	3,58	3,23	3,12	2,93	Hudba ako CD, vinylové platne	2,03	2,88	0,82	1,13	0,56
Filmy a seriály	4,25	3,44	2,93	2,14	1,96	Filmy a seriály	1,54	2,45	2,31	1,99	1,72
Tlačené knihy, časopisy, noviny	14,21	14,54	12,74	13,37	14,69	Tlačené knihy, časopisy, noviny	7,59	13,51	12,27	12,39	11,38
Počítače, tablety, mobilné telefóny alebo prístupstvo	13,83	13,04	12,08	12,15	13,74	Počítače, tablety, mobilné telefóny alebo prístupstvo	8,42	15,25	12,93	12,12	9,97
Spotrebná elektronika alebo domáce spotrebiče	9,69	10,35	9,28	9,89	10,74	Spotrebná elektronika alebo domáce spotrebiče	10,11	19,31	17,42	17,36	14,42
Lieky alebo doplnky stravy	11,99	10,85	11,29	12,63	14,60	Lieky alebo doplnky stravy	11,45	21,60	18,85	22,92	22,64
Dodávky z reštaurácií, reťazcov rýchleho občerstvenia, cateringových služieb	14,89	17,33	17,00	17,38	19,80	Dodávky z reštaurácií, reťazcov rýchleho občerstvenia, cateringových služieb	12,41	22,97	18,62	20,78	19,87
Potraviny alebo nápoje z obchodov alebo od dodávateľov jedál	9,99	10,01	9,70	9,81	10,98	Potraviny alebo nápoje z obchodov alebo od dodávateľov jedál	4,62	6,14	4,21	6,32	5,56
Kozmetika, produkty pre krásu alebo wellness	13,90	15,30	14,91	16,39	18,82	Kozmetika, produkty pre krásu alebo wellness	12,48	19,08	18,05	19,19	18,57
Čistiace prostriedky alebo výrobky osobnej hygieny	8,35	8,54	8,51	9,45	11,44	Čistiace prostriedky alebo výrobky osobnej hygieny	6,37	10,81	8,90	12,18	10,37
Bicykle, mopedy, automobily alebo iné vozidlá alebo ich náhradné diely	5,14	5,14	4,86	4,80	5,56	Bicykle, mopedy, automobily alebo iné vozidlá alebo ich náhradné diely	4,08	6,54	5,65	5,84	5,04
Iné fyzické tovary	9,81	10,74	10,73	11,40	12,38	Iné fyzické tovary	9,51	18,20	13,33	15,21	14,18

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostatu, 2025

Kategória oblečenie vykazovala najvyššie hodnoty počas celého sledovaného obdobia. V roku 2020 bol podiel jednotlivcov, ktorí si v priebehu 3 mesiacov nakúpili oblečenie online na úrovni 33,47 % a do roku 2024 sa tento podiel zvýšil o 8,86 p. b. Potvrďuje to dlhodobý trend presunu spotrebiteľov k online nákupu módy a súvisiacich produktov. Druhým významným segmentom je kategória dodávky z reštaurácií, reťazcov rýchleho občerstvenia a cateringové služby. V roku 2020 bol podiel jednotlivcov, ktorí nakúpili tento druh tovarov alebo služieb online na úrovni 14,89 % a do roku 2024 sa tento podiel zvýšil o 4,91 p. b. Tento trend reflektuje postpandemický posun v spotrebiteľskom správaní, kde sa online objednávanie jedla stalo bežnou súčasťou životného štýlu. Treťou kategóriou, v ktorej bol zaznamenaný najvýraznejší rast podielu jednotlivcov nakupujúcich online tento druh tovaru alebo služby, bol nábytok, bytové doplnky alebo záhradnícke výrobky. V tejto kategórii bol v roku 2020 sledovaný podiel na úrovni 15,20 % a do roku 2024 sa hodnota tohto podielu zvýšila o 2,81 p. b. Celkovo možno konštatovať, že v Európskej únii sa miera zapojenia do online nákupov zvyšuje naprieč väčšinou segmentov, pričom najvýraznejší rast zaznamenali produkty dennej spotreby a tovary súvisiace so životným štýlom. Tento vývoj korešponduje s rastúcou dôverou spotrebiteľov v digitálne prostredie.

Na Slovensku bol vývoj podielu jednotlivcov, ktorí v priebehu 3 mesiacov nakúpili jednotlivé druhy tovarov alebo služieb online, obdobný. Dominantnou kategóriou bolo

oblečenie, kde bol zaznamenaný sledovaný podiel v roku 2020 na úrovni 32,28 % a do roku 2024 sa zvýšil o 13,87 p. b. Tento výrazný nárast naznačuje zrýchlenú digitalizáciu maloobchodného segmentu módy a adaptáciu slovenských spotrebiteľov na elektronický obchod. Druhou významnou kategóriou tovarov alebo služieb boli v sledovanom období lieky alebo doplnky stravy. V roku 2020 bol podiel jednotlivcov, ktorí nakúpili za posledné 3 mesiace tento druh tovaru online, na úrovni 11,45 %. V roku 2021 došlo ku skokovému nárastu až o 10,15 p. b. a do roku 2024 sa v porovnaní s rokom 2020 zvýšil tento podiel o 11,19 p. b. Tento trend poukazuje na rastúcu dôveru spotrebiteľov v online lekárenské služby a rozširujúci sa trh s farmaceutickými produktmi dostupnými cez internet. Tretou kategóriou, kde bol v sledovanom období zaznamenaný najvyšší podiel jednotlivcov nakupujúcich online, boli dodávky z reštaurácií, reťazcov rýchleho občerstvenia alebo cateringové služby. Výrazný nárast tejto kategórie možno spájať s viacerými faktormi. Počas pandémie Covid-19 sa rozšírilo využívanie donáškových platforiem, ktoré sa následne stali stabilnou súčasťou mestského životného štýlu. Po roku 2021 sa ponuka týchto služieb ďalej diverzifikovala, pribudli mobilné aplikácie, digitálne vernostné programy a rozšírené možnosti bezhotovostných platieb. Tento vývoj podporil digitalizáciu gastronómického sektora a zmenil preferencie spotrebiteľov smerom k pohodliu, rýchlosti a flexibilitě. Slovenský vývoj tak potvrdzuje, že aj v menších ekonomikách sa elektronický obchod stáva významným distribučným kanálom pre bežné aj špecializované tovary.

Záver

Výsledky uskutočnenej analýzy jednoznačne potvrdzujú, že obdobie rokov 2020 a 2024 bolo v Európskej únii charakteristické systematickým nárastom podielu obyvateľov využívajúcich online nákupy. Digitálne trhy sa postupne stávajú plnohodnotnou súčasťou hospodárskeho systému, pričom online spotrebiteľské správanie už nemožno považovať za doplnok tradičného maloobchodu, ale za jeho integrálnu a strategickú súčasť. Rastúci podiel online nakupujúcich, naprieč vekovými kategóriami i členskými krajinami Európskej únie, poukazuje na prehlbovanie digitalizácie spotreby a zvyšujúcu sa dôveru obyvateľov v digitálne služby.

Z hľadiska regulačného rámca zohráva kľúčovú úlohu Akt o digitálnych službách (DSA), ktorý zásadne modernizuje právne prostredie digitálneho trhu Európskej únie. Zavedením povinností v oblasti transparentnosti algoritmov, dohľadu nad obsahom a zodpovednosti online platforiem DSA posilňuje právnu istotu, znižuje informačnú asymetriu

a zvyšuje ochranu spotrebiteľov. Podporuje dôveru používateľov v digitálne služby, čo je jeden z predpokladov rozvoja elektronického obchodu a stabilného fungovania digitálnej ekonomiky.

Záverom možno konštatovať, že DSA predstavuje významný krok k vytvoreniu bezpečnejšieho, transparentnejšieho a predvídateľnejšieho digitálneho prostredia. Jeho implementácia vytvára podmienky na posilnenie hospodárskej súťaže, zodpovedné správanie platforiem a udržateľný rast digitálnych trhov v Európskej únii. Z pohľadu spotrebiteľov i podnikov ak ide o legislatívny rámec, ktorý nielen reaguje na technologické výzvy súčasnosti, ale zároveň formuje kultúru dôvery a právnej istoty v online priestore.

Je potrebné reflektovať aj pretrvávajúcu digitálnu chudobu, ktorá sa prejavuje nerovným prístupom k digitálnym službám a technológiám. Jej znižovanie je nevyhnutnou súčasťou úsilia o sociálnu inklúziu a rovnosť príležitostí v digitálnej ekonomike. Akt o digitálnych službách (DSA) môže v tomto kontexte predstavovať nielen regulačný, ale aj spoločenský nástroj posilňujúci digitálnu spravodlivosť v Európskej únii.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. AADE, L. The regulation of social media commerce under the DSA: A consumer protection perspective. In: Computer Law & Security Review, 2025, vol. 59, 106181. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2025.106181>
2. AL-ADWAN, A. S. - ALROUSAN, M. K. - YASEEN, H. - ALKUFAHY, A. M. - ALSOUD M. Boosting Online Purchase Intention in High-Uncertainty-Avoidance Societies: A Signaling Theory Approach. In: Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 2022, vol. 8, issue 3. DOI: <https://doi.org/10.3390/joitmc8030136>
3. BUKHT, R. - HEEKS, R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. In: Development Informatics Working Paper, no. 68. 2017, DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3431732>
4. DECAROLIS, F. - LI, M. Regulating online search in the EU: From the android case to the digital markets act and digital services act. In: International Journal of Industrial Organization, 2023, Vol. 90, 102983. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2023.102983>
5. EUROSTAT. (2025). [online]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
6. HANDOYO, S. Purchasing in the digital age: A meta-analytical perspective on trust, risk, security, and e-WOM in e-commerce. In: Heliyon, 2024, vol. 10, issue 8. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29714>

7. LAUX, J. - WACHTER, S. - MITTELSTADT, B. Taming the few: Platform regulation, independent audits, and the risks of capture created by the DMA and DSA. In: Computer Law & Security Review, 2021, vol. 43, 105613. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2021.105613>
8. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov)
9. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES (akt o digitálnych službách)
10. NGUYEN, T. T. - NGUYEN, H. T.- NGUYEN, A. V. - TRAN, P. T. - MAI, H. N. - PHAM, T. V. A. Consumers' Vulnerability and E-commerce purchase behavior: A serial mediation model. In: Telematics and Informatics Reports, 2025, vol. 18, 100215. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100215>
11. Smernica 2000/31/ES Európskeho parlamentu a Rady z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode)
12. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov
13. USTUNDAG, A. - CEVIKCAN, E. Industry 4.0: Managing the Digital Transformation. In: Springer: New York, NY, USA, 2017. ISBN 978-3-319-57870-5.
14. WAERDT, P. J. Reinforcing data protection and competition through art. 6(2) of the Digital Markets Act. In: International Review of Law and Economics, 2025, vol. 82, 106265. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.irle.2025.106265>
15. WANG, CH. - LIU, T. - ZHU, Y. - WANG, H. - WANG, X. - ZHAO, S. The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border E-commerce platforms. In: Heliyon, 2023, vol. 9, issue 11. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21617>
16. XU, Y. - HE, D. - FAN, M. Antecedent research on cross-border E-commerce consumer purchase decision-making: The moderating role of platform-recommended advertisement characteristics. In: Heliyon, 2024, vol. 10, issue 18. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e37627>

OCHRANA SPOTREBITEĽA V KOLÍZNOM PRÁVE EÚ: APLIKAČNÉ ÚSKALIA NARIADENIA RÍM I

JUDr. Ing. Dominika Moravcová, PhD., LL.M., MBA

Mgr. Marek Nekoraník

Trnavská univerzita v Trnave, Právnická fakulta

dominika.moravcova@truni.sk

marek.nekoranik@tvu.sk

Abstrakt

Predložený príspevok sa zaoberá otázkou ochrany spotrebiteľa v rámci nariadenia Rím I, ktoré predstavuje základný nástroj kolízneho práva Európskej únie v oblasti zmluvných záväzkov. Cieľom príspevku je identifikovať a analyzovať aplikačné úskalia súvisiace s určovaním rozhodného práva pre spotrebiteľské zmluvy a zároveň navrhnúť možné riešenia identifikovaných aplikačných problémov s dôrazom na súlad medzi autonómiou vôle zmluvných strán a ochranou slabšej strany zmluvného vzťahu.

Abstract

The present paper examines the issue of consumer protection under the framework of the Regulation Rome I, which constitutes the principal instrument of the European Union's private international law governing contractual obligations. The aim of the paper is to identify and analyse the practical challenges arising in the application of conflict-of-law rules to consumer contracts, and to propose potential solutions to these difficulties. Particular attention is devoted to reconciling the principle of party autonomy with the imperative of protecting the weaker party in cross-border contractual relationships..

Kľúčové slová: Spotrebiteľská zmluva, rozhodné právo, nariadenie Rím I, voľba rozhodného práva.

Key words: Consumer contract, applicable law, Rome I Regulation, choice of law.

Úvod

Ochrana spotrebiteľa predstavuje jednu z mála oblastí súkromného práva, v ktorej možno hovoriť o hmotnoprávnej harmonizácii na úrovni Európskej únie (ďalej len „EÚ“). Tento vývoj nemožno považovať za prekvapujúci, efektívne fungovanie vnútorného trhu EÚ si totiž nevyhnutne vyžaduje, aby úroveň ochrany spotrebiteľa dosahovala v členských štátoch porovnateľný štandard. Zaujímavosťou tejto oblasti je aj extrateritoriálny účinok vybraných právnych predpisov EÚ, ktoré sa uplatňujú dokonca aj na podnikateľov z tretích štátov, a to v prípadoch, keď svoje tovary alebo služby ponúkajú spotrebiteľom v rámci Únie. Spotrebiteľská

ochrana sa tak stáva nielen intra-úniovou záležitosťou, ale aj významným právnym konceptom za jej hranicami.

Ochrana spotrebiteľa sa zároveň premieňa do oblasti justičnej spolupráce v občianskych a obchodných veciach, kde zohráva úlohu pri zabezpečení predvídateľnosti a právnej istoty v súkromnoprávných vzťahoch s cudzím prvkom. Základné otázky medzinárodného práva súkromného a procesného, súd ktorého štátu má právomoc, aké rozhodné právo sa uplatní a ako bude rozhodnutie uznané a vykonané v inom členskom štáte, nadobúdajú v spotrebiteľských sporoch osobitný rozmer.

Z procesného hľadiska je ochrana spotrebiteľa pokrytá nariadením Brusel Ia¹¹⁷, ktoré predstavuje všeobecný režim pre určovanie právomoci a uznávanie a výkon rozhodnutí v občianskych a obchodných veciach v rámci EÚ. Osobitné riešenia, prihliadajúc na slabšie postavenie jednej strany, ponúka aj pre spotrebiteľské zmluvy.

Z pohľadu určovania rozhodného práva je kľúčovým prameňom nariadenie Rím I¹¹⁸, ktoré dopĺňa režim nariadenia Brusel Ia tým, že určuje, ktorým právnym poriadkom sa budú spravovať spotrebiteľské zmluvy. Rím I ponúka špecifickú kolíznú úpravu pre spotrebiteľské zmluvy, pričom vybrané otázky všeobecného charakteru sa rovnako môžu za určitých okolností rozširovať aj na spotrebiteľské zmluvy.

Cieľom predloženého článku je zistiť, aké aplikačné výzvy prináša nariadenie Rím I ako základný kolízny nástroj na úrovni Únie pri určovaní rozhodného práva pre spotrebiteľské zmluvy. Hoci sa jeho text môže na prvý pohľad javiť ako jednoznačný, prax súdov ukazuje, že „problém sa opäť skrýva v detailoch.“ V nasledujúcich kapitolách sa pokúsime určité otázky spojené s aplikáciou vybraných ustanovení Rím I rozkryť a zároveň bude našim cieľom ponúknuť odpovede na nastolené otázky.

1. Teoretické východiská ochrany spotrebiteľa v nariadení Rím I

Nariadenie Rím I obsahuje kolízne normy pre určenie rozhodného práva v spotrebiteľských veciach, pričom „kolízna norma by mala umožniť znížiť náklady konania, ktorých predmet má spravidla nízku hodnotu, a brať do úvahy vývoj metód obchodovania na diaľku.“¹¹⁹ Samotné nariadenie definuje spotrebiteľskú zmluvu ako zmluvu uzavretú „fyzickou osobou na účel, ktorý sa môže považovať za patriaci do oblasti mimo jej predmetu činnosti

¹¹⁷ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1215/2012 z 12. decembra 2012 o právomoci a o uznávaní a výkone rozsudkov v občianskych a obchodných veciach (OJ L 351, 20.12.2012, p. 1–32) (ďalej len „Brusel Ia“).

¹¹⁸ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 zo 17. júna 2008 o rozhodnom práve pre zmluvné záväzky (OJ L 177, 4.7.2008, p. 6–16) (ďalej len „Nariadenie Rím I“).

¹¹⁹ Bod 24 preambuly Rím I.

alebo výkonu povolania (ďalej len „spotrebiteľ“), s inou osobou, ktorá koná v rámci svojho predmetu činnosti alebo výkonu povolania (ďalej len „podnikateľ“).“¹²⁰ Súdny dvor sa z hľadiska kvalifikácie zaoberal otázkou toho, či možno zmluvu, ktorá má čiastočne podnikateľský účel, považovať pre účely Rím I za spotrebiteľskú zmluvu. Deklaroval v tomto smere, že posúdenie prináleží vnútroštátnemu súdu konajúceho vo veci, avšak s výnimkou prípadu, že podnikateľský účel by bol len okrajový a zanedbateľného významu, takúto zmluvu nemožno kvalifikovať ako spotrebiteľskú.¹²¹ Spotrebiteľským zmluvám sa venuje článok 6 nariadenia Rím I, ktorý sa aktivuje výlučne za predpokladu, že je naplnená jedna z podmienok, ktoré sú uvedené v čl. 6 ods. 1 písm. a) alebo b). Ochrana spotrebiteľa sa uplatní v nariadení Rím I iba v prípade, ak podnikateľ „vykonáva svoju obchodnú alebo podnikateľskú činnosť v krajine obvyklého pobytu spotrebiteľa alebo“ „akýmkoľvek spôsobom smeruje takú činnosť na túto krajinu alebo niekoľko krajín vrátane tejto krajiny a zmluva patrí do rozsahu tejto činnosti.“¹²² Nie každý spotrebiteľ je preto automaticky spotrebiteľ, ktorému nariadenie Rím I priznáva ochranu spotrebiteľa. Nemožno povedať, že pri absencii naplnenia citovaných podmienok táto osoba prichádza o status spotrebiteľa pri aplikácii hmotnoprávných noriem súdom, ktorý má v danej veci právomoc. Možno len povedať, že nie je spotrebiteľom pre účely určovania rozhodného práva v nariadení Rím I.

Ako prvý aplikačný problém sa môže javiť otázka smerovania činnosti do krajiny spotrebiteľa, ktorá nie je explicitne nariadením zadefinovaná. Nariadenie v preambulárnej časti, ktorá nie je právne záväznou¹²³, ale významnou z hľadiska interpretácie ozrejmuje, že „nestačí, aby spoločnosť smerovala svoje činnosti do členského štátu, v ktorom má spotrebiteľ bydlisko, alebo do viacerých členských štátov, medzi ktorými je tento členský štát. Je takisto potrebné, aby táto zmluva spadala do rozsahu týchto činností...“.¹²⁴ Navyše „len skutočnosť, že internetová stránka je dostupná, nie je dostatočná,... vyžaduje sa, aby stránka navyše podnecovala na uzatváranie zmlúv na diaľku a aby k uzatvoreniu takejto zmluvy na diaľku skutočne aj došlo. V tomto smere skutočnosť, v akom jazyku je táto stránka, alebo v akej peňažnej mene uvádza údaje, nie je relevantná.“¹²⁵ Azda najznámejším rozhodnutím, v ktorom Súdny dvor vyložil ustanovenie o smerovaní činnosti do krajiny spotrebiteľa je rozsudok vo veci *Pammer a Hotel Alpenhof*, kde Súdny dvor poskytol demonštratívny výpočet činností,

¹²⁰ Čl. 6 ods. 1 nariadenia Rím I.

¹²¹ Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 20. januára 2005, Gruber, C-464/01, ECLI:EU:C:2005:32.

¹²² Čl. 6 ods. 1 nariadenia Rím I.

¹²³ Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 19. novembra 1998, Nilsson a i., C-162/97, ECLI:EU:C:1998:554.

¹²⁴ Bod 24 preambuly Rím I.

¹²⁵ Tamtiež..

ktoré súd konajúci vo veci môže zohľadniť pri riešení otázky, či došlo k smerovaniu činnosti do krajiny spotrebiteľa. Ide o aspekty akými sú: „medzinárodná povaha činnosti, uvedenie trasy cesty z ostatných členských štátov do miesta, kde má podnikateľ sídlo, používanie iného jazyka alebo inej meny, ako je jazyk alebo mena zvyčajne používaná v členskom štáte, v ktorom má podnikateľ sídlo, s možnosťou vykonať a potvrdiť rezerváciu v tomto inom jazyku, uvedenie telefonických kontaktných údajov s medzinárodnou predvoľbou, vynaloženie výdavkov na odkazové služby na internete, aby sa spotrebiteľom s bydliskom v ostatných členských štátoch uľahčil prístup na stránku podnikateľa alebo jeho sprostredkovateľa, používanie doménového mena prvej úrovne, ktorá je iná ako prvá úroveň členského štátu, v ktorom má podnikateľ sídlo, a zmienka o medzinárodnej klientele tvorenej klientmi s bydliskom v rôznych členských štátoch. Vnútroštátnemu súdu prislúcha preveriť, či takéto okolnosti existujú.“¹²⁶ Prirodzene, nie je známe, koľko týchto činností by malo byť prítomných, prípadne, či postačuje jedna aktivita. Toto prináleží overiť vnútroštátnemu súdu *in concreto* v danej veci, zohľadňujúc všetky okolnosti posudzovaného prípadu. Obchodníci aj pri pôsobení výlučne v online prostredí majú rôzne možnosti ako limitovať marketingové kampane z hľadiska teritoriálneho dosahu, preto sa aj otázka smerovania činnosti v online prostredí stáva pomerne jednoducho určiteľnou.

Pokiaľ je niektoré z citovaných kritérií naplnené, spotrebiteľ získava ochranu, ktorá sa pri absencii voľby pretavuje do kolíznej normy, ktorej hraničným určovateľom je obvyklý pobyt spotrebiteľa. Zmluvný štatút tak podriadujeme pod právny poriadok, ktorý je, resp. mal by byť, spotrebiteľovi najbližším. V prípade, že medzi stranami došlo k voľbe rozhodného práva, táto vyžaduje špecifické náležitosti, ktorým sa venujeme v ďalšej kapitole predloženého článku.

Pokiaľ by kritéria pre priznanie ochrany neboli naplnené, pri určovaní rozhodného práva v spotrebiteľských veciach budeme postupovať tak, ako by nešlo o spotrebiteľskú zmluvu. To znamená, že voľba by nemala dodatočné náležitosti potrebné pri ochrane slabšej strany a zostávala by v medziach článku 3 nariadenia Rím I. Pri absencii voľby by sa uplatnila niektorá z kolíznych noriem z článku 4 Rím I, pri ktorých sa hraničný určovateľ spája práve s obvyklým pobytom predajcu, prípadne poskytovateľa služieb.¹²⁷

Zaujímavosťou v tomto smere je aj fakt, že samotné nariadenie v čl. 6 ods. 4 vylučuje niektoré zmluvy spod pôsobnosti spotrebiteľského režimu. Ide napríklad aj o „zmluvu o

¹²⁶ Rozsudok Súdneho dvora EÚ zo 7. decembra 2010, Pammer a Hotel Alpenhof, C-585/08, ECLI:EU:C:2010:740.

¹²⁷ Čl. 3 a 4 nariadenia Rím I.

poskytovanie služieb, ak sa služby majú poskytnúť spotrebiteľovi výlučne v krajine, ktorá nie je krajinou jeho obvyklého pobytu,¹²⁸ čím sa nám spod spotrebiteľskej ochrany vylučujú aj rôzne hotelové a iné ubytovacie služby. Na strane nariadenia Brusel Ia takéto vylúčenie prítomné nemáme, preto v režime nariadenia Brusel Ia pri určovaní právomoci nie je vylúčené, že za splnenia podmienok pre udelenie ochrany, tieto zmluvy budú spadať pod výhodnejší spotrebiteľský režim určovania právomoci, hoci v Rím I im pri rozhodnom práve nebude udelená ochrana.

2. Obmedzenie autonómie vôle strán pri voľbe rozhodného práva v spotrebiteľských zmluvách

Pri spotrebiteľských zmluvách, ktorým nariadenie Rím I poskytuje ochranu, je prípustná aj voľba rozhodného práva, avšak táto je do určitej miery nariadením limitovaná. Článok 6 ods. 2 nariadenia uvádza: „Takáto voľba rozhodného práva však nesmie zbaviť spotrebiteľa ochrany, ktorú mu poskytujú také ustanovenia, od ktorých sa nemožno odchyliť dohodou podľa práva, ktoré by v prípade absencie voľby bolo na základe odseku 1 rozhodným.“¹²⁹ Nariadenie do určitej miery mlčí, akým spôsobom vykladať predmetné ustanovenie pri aplikačnej praxi. Je nevyhnutné právne poriadky porovnávať, alebo je to cesta pre súd, ako automaticky siahnuť po právnom poriadku obvyklého pobytu spotrebiteľa, ktoré, spravidla, s ohľadom na normy obsiahnuté v nariadení Brusel Ia, bude najčastejšie *lex fori*. Ako uvádza K. Csach, v prípade voľby rozhodného práva sa aplikuje právny poriadok obvyklého pobytu spotrebiteľa len ako minimálny štandard ochrany a inak je voľba účinná.¹³⁰ Výklad predmetného ustanovenia v slovenskej doktrínalnej spisbe inklinuje k princípu výhodnosti, ktorý by mal spočívať v porovnaní ochrany. Teleologicky, cieľom je poskytnúť spotrebiteľovi čo možno najvyšší štandard ochrany, preto by súd mal zistiť obsah zvoleného rozhodného práva, rozhodného práva podľa obvyklého pobytu spotrebiteľa a pri aplikácii prihliadnuť k tomu, čo je pre spotrebiteľa výhodnejšie. Tento prístup je naznačený aj ďalšími autormi keď uvádzajú, že štandard ochrany v právnom poriadku podľa krajiny obvyklého pobytu spotrebiteľa sa má posudzovať so zvoleným právom.¹³¹ Ide teda o povinný ochranný štandard, ktorý nemôže byť znížený, a teda

¹²⁸ Čl. 6 ods. 4 písm a) nariadenia Rím I.

¹²⁹ Čl. 6 ods. 2 nariadenia Rím I.

¹³⁰ CSACH, K. - GREGOVÁ ŠIRICOVÁ, E. - JÚDOVÁ, E. Úvod do štúdia medzinárodného práva súkromného. 2. vyd. Bratislava : Wolters Kluwer, 2018, s. 159. ISBN 978-80-8168-783-9.

¹³¹ LYSINA, P. - HAŤAPKA, M. - BURDOVÁ, K. a kol. Medzinárodné právo súkromné. 3. vyd. Bratislava: C.H. Beck, 2023, s. 285. ISBN 978-80-8232-031-5.

spotrebiteľ môže mať viac práv, ale nikdy menej než poskytuje jeho domovské právo.¹³² Hranice obmedzenia autonómie vôle strán tu určuje práve potreba ochrany spotrebiteľa. V praxi to znamená, že aj v prípade, keď si strany zvolia právo iného štátu, spotrebiteľ sa stále môže dovolávať tých ustanovení svojho domáceho práva, ktoré majú kogentný charakter. Z hľadiska postupu súdu, tento musí skúmať obsah oboch právnych poriadkov a v prípade rozporu uprednostniť tie normy, ktoré poskytujú spotrebiteľovi vyšší stupeň ochrany.¹³³

K tomuto prístupu sa plne prikláňame na úkor výkladu, ktorý by súdu dával cestu k automatickému uplatneniu kogentných noriem právneho poriadku krajiny obvyklého pobytu spotrebiteľa. Rovnako sa tento prístup objavuje aj v judikatúre slovenských súdov, napríklad, Krajský súd v Trenčíne podľa nášho názoru premietol tento prístup do praxe uvádzajúc, že je povinnosťou súdu „na vec aplikovať normy stranami zvoleného právneho poriadku (právo Českej republiky) za prednostnej aplikácie kogentných noriem slovenského právneho poriadku poskytujúcich vyššiu ochranu žalovanej ako spotrebiteľke v zmysle článku 6 ods. 2 nariadenia Rím I...“.¹³⁴ Ako vyplýva z judikatúry Súdneho dvora vo veci *Verein für Konsumenteninformation proti Amazon EU*, podnikateľ by mal dokonca pri vopred formulovaných doložkách informovať spotrebiteľa o ochrane, ktorú mu nariadenie Rím I ods. 2 poskytuje.¹³⁵

Pôvodná právna úprava ustanovenia článku 6 ods. 2 Rím I v Rímskom dohovore, v čl. 5 ods. 2, obmedzovala voľbu rozhodného práva v spotrebiteľských zmluvách tak, že spotrebiteľa nebolo možné zbaviť ochrany ktorú mu poskytujú imperatívne normy štátu jeho obvyklého pobytu.¹³⁶ Azda práve na základe tejto právnej úpravy, slovenské súdy často spájajú práve ochranu spotrebiteľa s mechanizmom imperatívnych noriem, ktorý je formulovaný ako samostatný mechanizmus a bude mu venovaná posledná kapitola predloženého článku. V rozsudku z roku 2023 nachádzame napríklad: „...na základe článku 6 ods. 2 nariadenia č. 593/2008 má takisto k dispozícii ochranu, ktorú mu zaručujú imperatívne normy právneho poriadku...“,¹³⁷ pričom porovnávajú právnu úpravu v Rím I článku 6 ods. 2 a Rímskeho dohovoru, čl. 5 ods. 2, ochrana spotrebiteľa sa v zásade rozšírila pri voľbe na všetky kogentné

¹³² HÜBTEGE, R. - MANSEL, H.P. BGB, Band 6: Rom-Verordnungen. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2019, s. 144-154. ISBN 978-3-8487-4587-6.

¹³³ Tamtiež.

¹³⁴ Uznesenie Krajský súd v Trenčíne, 27.02.2024, sp. zn.: 19CoCsp/7/2023.

¹³⁵ Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 28. júla 2016, *Verein für Konsumenteninformation*, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612.

¹³⁶ Čl. 5 ods. 2 Dohovor o rozhodnom práve pre zmluvné záväzky, otvorený na podpis v Ríme 19. júna 1980 (Ú. v. EÚ C 169, 8.7.2005, pp. 10–22) (ďalej len „Rímsky dohovor“).

¹³⁷ Rozsudok Krajský súd Košice, 07.06.2024, sp. zn. : 8 Co Csp/1/2023.

normy, nielen tie imperatívne. Zúžením tejto kategórie noriem na imperatívne preto v zásade v aplikačnej praxi môže dôjsť aj k zníženiu ochrany spotrebiteľa.

3. Mechanizmus imperatívnych noriem

Nariadenie Rím I upravuje v zásade dva mechanizmy, ktoré sú určené ku korekcii dôsledkov aplikácie cudzieho práva. Jedným z nich sú imperatívne normy, ktoré Rím I definuje ako “normy, ktorých dodržiavanie pokladá krajina za rozhodujúce pre ochranu svojich verejných záujmov, ako je politické, sociálne alebo hospodárske zriadenie, až do takej miery, že vyžaduje ich uplatnenie v každej situácii, na ktorú sa norma vzťahuje, bez ohľadu na právo, ktoré je inak rozhodným pre zmluvu podľa tohto nariadenia.”¹³⁸ Presadenie imperatívnej normy *lex fori* nie je nariadením obmedzené, zároveň, súd môže prihliadnuť aj na imperatívne normy podľa miesta, kde sa vykonali alebo sa musia vykonať záväzky vyplývajúce zo zmluvy, za okolností uvedených v nariadení.¹³⁹ Slovenský zákon o MPSaP¹⁴⁰ tento mechanizmus nepozná, slovenské súdy ho preto môžu aktivovať len v režime úniových nariadení, ktoré tento mechanizmus zakotvujú. Ide o podkategóriu kogentných noriem, normy absolútne kogentné, ktoré musia byť uplatnené bez ohľadu na rozhodné právo.¹⁴¹ Imperatívne normy môžu zahŕňať tak normy verejného práva, ktoré slúžia na ochranu zásadných legitímnych záujmov spoločnosti, ako aj normy súkromného práva, ktorých účelom je výlučne ochrana určitého podstatného verejného záujmu. Práve verejnoprávne imperatívne normy, ktoré sú spôsobilé vyvolať súkromnoprávne dôsledky a upravujú vzťah medzi štátom a súkromnou osobou, majú väčší potenciál byť uplatnené aj v súkromnoprávných vzťahoch s cudzím prvkom. Tieto normy ukladajú povinnosti jednej alebo oboch stranám, nie v rámci ich vzájomného zmluvného vzťahu, ale z dôvodu ochrany verejného záujmu. Medzi takéto normy patria napríklad pravidlá hospodárskej súťaže, finančné predpisy upravujúce kapitálové trhy a platobné systémy a ďalšie.¹⁴² V právnych poriadkoch býva len zriedka označené, ktoré normy majú tento charakter a slovenský právny poriadok v tomto smere nie je výnimkou. Imperatívna norma je normou, ktorá chráni verejný záujem do takej miery, že by mala byť presadená vždy, keď je naplnená jej pôsobnosť, odhliadnúc od toho, aké je rozhodné právo. Doktrína medzinárodného práva súkromného uvádza, že spôsob uplatnenia mechanizmu spočíva v prednostnom presadení

¹³⁸ Čl. 9 ods. 1 nariadenia Rím I.

¹³⁹ Čl. 9 ods. 2 a 3 nariadenia Rím I.

¹⁴⁰ Zákon č. 97/1963 Zb. o medzinárodnom práve súkromnom a procesnom (ďalej len „Zákon o MPSaP“).

¹⁴¹ CSACH, K. - GREGOVÁ ŠIRICOVÁ, E. - JÚDOVÁ, E. Úvod do štúdia medzinárodného práva súkromného. 2. vyd. Bratislava : Wolters Kluwer, 2018, s. 58-59. ISBN 978-80-8168-783-9.

¹⁴² ROZEHNALOVÁ, N. a kol. Nařízení Řím I a Nařízení Řím II. Komentář. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2021, s. 168. ISBN 978-80-7598-9710.

imperatívnej normy a až následne súd uplatňuje rozhodné právo.¹⁴³ Tento prístup zmenil Súdny dvor v pomerne novom rozhodnutí vo veci *HUK-COBURG-Allgemeine Versicherung II*,¹⁴⁴ keď uviedol, že súd by mal najskôr preskúmať, či predmetný záujem je rovnako chránený aj v rozhodnom práve. Pokiaľ áno, javí sa byť prednostné presadenie imperatívnej normy ako nie nevyhnutné.¹⁴⁵

Rozhodovacia prax slovenských súdov vykazuje tendenciu spájať mechanizmus imperatívnych noriem práve s ochranou slabšej strany, čo však podľa nášho názoru nie je správne.¹⁴⁶ Domnievame sa, že tento prístup vychádza zo znenia pôvodného Rímskeho dohovoru, na základe ktorého sa tento mechanizmus využíval práve pri obmedzení autonómie vôle pri spotrebiteľských a individuálnych pracovných zmluvách.¹⁴⁷ Práve táto výkladová kontinuita medzi Dohovorom a súčasnou právnou úpravou môže viesť k určitej aplikačnej nejasnosti. Je preto potrebné opustiť doterajšiu ustálenú prax, keďže nariadenie Rím I upravuje a koncipuje analyzovaný mechanizmus odlišne, a to ako všeobecný nástroj určený ku korekcii dôsledkov uplatnenia cudzieho práva.

Prikláňame sa v tomto smere k názorom českých autorov, ktorých doktrína je v tomto smere pomerne viac rozvinutá, čo je spôsobené aj tým, že ich vnútroštátna právna úprava pozná mechanizmus imperatívnych noriem.¹⁴⁸ Imperatívna norma musí byť viac než len ustanovenie vyrovňavajúce *de facto* slabšie postavenie spotrebiteľa alebo zamestnanca. Musí ísť o normu previazanú s ochranou verejného záujmu.¹⁴⁹ Tento záver vychádza z judikatúry Najvyššieho súdu Českej republiky, ktorý odmietol považovať ustanovenia Zákonníka práce upravujúce ukončenie pracovného pomeru za imperatívnu normu a zdôraznil potrebu naozaj výnimočného použitia tohto mechanizmu. V uvedenom kontexte sa vyžaduje, aby predmet takejto právnej úpravy mal zásadný a nenahraditeľný spoločenský význam.¹⁵⁰ Imperatívne normy teda môžu zahŕňať aj niektoré ustanovenia určené na ochranu slabšej strany, avšak iba za predpokladu, že súčasne slúžia aj na ochranu verejného záujmu. Z nášho pohľadu snaha o vyváženie postavenia

¹⁴³ BĚLOHLÁVEK, A.J. Rome Convention Rome I Regulation. USA: Juris, 2010, s. 1483. ISBN 978-1578-2332-29.

¹⁴⁴ Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 5. septembra 2024, *HUK-COBURG-Allgemeine Versicherung II*, C-86/23, ECLI:EU:C:2024:689.

¹⁴⁵ MORAVCOVÁ, D. Case huk-coburg-allgemeine versicherung II: are we shifting the course on overriding mandatory provisions? In: *The Lawyer Quarterly*, 2025, roč. 15, č. 3, s. 306-319.

¹⁴⁶ Napr. Krajský súd Prešov, 24.10.2017, sp. zn.: 10Co/56/2016, Krajský súd Bratislava, 16.06.2016, sp. zn.: 3CoPr/6/2015, Krajský súd Nitra, 15.10.2020, sp. zn.: 9Co/225/2019.

¹⁴⁷ Čl. 5 Rímskeho dohovoru.

¹⁴⁸ § 3 Zákona č. 91/2012 Sb. Zákon o mezinárodním právu soukromém.

¹⁴⁹ BŘÍZA, P. a kol. Zákon o mezinárodním právu soukromém. Praha: C.H. Beck, 2014, s. 21. ISBN 978-80-7400-5282.

¹⁵⁰ Rozsudok Nejvyšší soud České republiky, 08.12.2008, 21 Cdo 4196/2007.

slabšej strany *per se* nie je dostatočným dôvodom na aktiváciu mechanizmu imperatívnych noriem podľa nariadenia Rím I.¹⁵¹

Záver

Predložený článok sa venuje vybraným aplikačným úskaliam spotrebiteľskej právnej úpravy obsiahnutej v kolíznej norme nariadenia Rím I. Nariadenie poskytuje spotrebiteľovi ochranu výlučne za predpokladu, že podnikateľ vykonáva svoju podnikateľskú činnosť v krajine spotrebiteľa alebo do tejto krajiny smeruje svoju činnosť. Z nášho pohľadu sa tak normotvorcovi podarilo nájsť rovnováhu medzi ochranou slabšej strany a legitímnymi očakávaniami druhej zmluvnej strany.

Ako bolo v článku naznačené, pojem smerovanie činnosti do krajiny spotrebiteľa môže vyvolávať určité otázky v súvislosti s podnikaním v online priestore. Judikatúra Súdneho dvora Európskej únie, ako aj samotné nariadenie Rím I, však dostatočne reflektujú zmluvy uzatvárané prostredníctvom online obchodovania, a preto nepovažujeme za problematické posudzovať smerovanie činnosti do krajiny spotrebiteľa ani v tomto prostredí.

Za problematickú a nie celkom jednoznačnú považujeme ochranu spotrebiteľa pri voľbe rozhodného práva. Táto voľba by ho nemala zbaviť ochrany, ktorú mu poskytujú kogentné ustanovenia práva inak rozhodného. V európskom justičnom priestore možno v tejto súvislosti identifikovať dva prístupy. Prvým je preferenčný prístup, založený na porovnaní oboch právnych úprav a aplikácii tej, ktorá je pre spotrebiteľa priaznivejšia. Druhým je automatická aplikácia kogentných noriem práva inak rozhodného. Aj keď sa druhý prístup môže na prvý pohľad javiť ako procesne jednoduchší, prikláňame sa k preferenčnému výkladu, ktorý prevláda aj v odbornej doktríne.

Napokon, článok otvára aj otázku, či možno normy určené na ochranu spotrebiteľa považovať za imperatívne normy, a teda ich uplatňovať prednostne bez ohľadu na rozhodné právo. V tomto smere sa stotožňujeme s judikatúrou a odbornou literatúrou českých autorov a domnievame sa, že by sa aj slovenské súdy mali odkloniť od prístupu, ktorý automaticky spája imperatívne normy s ochranou slabšej strany. Sme toho názoru, že normy zamerané na ochranu slabšej strany nemožno automaticky považovať za imperatívne, pokiaľ zároveň nechránia aj verejný záujem.

¹⁵¹ MORAVCOVÁ, D. Overriding mandatory rules in EU private international law. In: Bratislava law review, 2024, Roč. 8, č. 2, s. 111-130.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. BĚLOHLÁVEK, A.J. Rome Convention Rome I Regulation. USA: Juris, 2010, s. 1483. ISBN 978-1578-2332-29
2. BŘÍZA, P. a kol. Zákon o mezinárodním právu soukromém. Praha: C.H. Beck, 2014, s. 21. ISBN 978-80-7400-5282
3. CSACH, K. - GREGOVÁ ŠIRICOVÁ, Ľ. - JÚDOVÁ, E. Úvod do štúdia medzinárodného práva súkromného. 2. vyd. Bratislava : Wolters Kluwer, 2018, s. 58-59. ISBN 978-80-8168-783-9
4. HÜBTEGE, R. - MANSEL, H.P. BGB, Band 6: Rom-Verordnungen. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2019, s. 144-154. ISBN 978-3-8487-4587-6
5. LYSINA, P. - HAŤAPKA, M. - BURDOVÁ, K. a kol. Medzinárodné právo súkromné. 3. vyd. Bratislava: C.H. Beck, 2023, s. 285. ISBN 978-80-8232-031-5
6. MORAVCOVÁ, D. Overriding mandatory rules in EU private international law. In: Bratislava law review, 2024, Roč. 8, č. 2, s. 111-130
7. MORAVCOVÁ, D. Case huk-coburg-allgemeine versicherung II: are we shifting the course on overriding mandatory provisions? In: The Lawyer Quarterly, 2025, roč. 15, č. 3, s. 306-319
8. ROZEHNALOVÁ, N. a kol. Nařízení Řím I a Nařízení Řím II. Komentář. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2021, s. 168. ISBN 978-80-7598-9710

Právne akty

10. Dohovor o rozhodnom práve pre zmluvné záväzky, otvorený na podpis v Ríme 19. júna 1980
11. (Ú. v. EÚ C 169, 8.7.2005, pp. 10–22)
12. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 zo 17. júna 2008 o rozhodnom
13. práve pre zmluvné záväzky (OJ L 177, 4.7.2008, p. 6–16)
14. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1215/2012 z 12. decembra 2012 o
15. právomoci a o uznávaní a výkone rozsudkov v občianskych a obchodných veciach (OJ L 351, 20.12.2012, p. 1–32)
16. Zákon č. 97/1963 Zb. o medzinárodnom práve súkromnom a procesnom
17. Zákon č. 91/2012 Sb. Zákon o mezinárodním právu soukromém

Judikatúra

18. Rozsudok Krajský súd Prešov, 24.10.2017, sp. zn.: 10Co/56/2016
19. Rozsudok Krajský súd Bratislava, 16.06.2016, ap. zn.: 3CoPr/6/2015
20. Rozsudok Krajský súd Nitra, 15.10.2020, sp. zn.: 9Co/225/2019

21. Rozsudok Krajský súd Košice, 07.06.2024, sp. zn.: 8CoCsp/1/2023
22. Uznesenie Krajský súd v Trenčíne, 27.02.2024, sp. zn.: 19CoCsp/7/2023
23. Rozsudok Nejvyšší soud České republiky, 08.12.2008, 21 Cdo 4196/2007
24. Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 19. novembra 1998, Nilsson a i., C-162/97, ECLI:EU:C:1998:554
25. Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 20. januára 2005, Gruber, C-464/01, ECLI:EU:C:2005:32
26. Rozsudok Súdneho dvora EÚ zo 7. decembra 2010, Pammer a Hotel Alpenhof, C-585/08, ECLI:EU:C:2010:740
27. Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 28. júla 2016, Verein für Konsumenteninformation proti Amazon EU Sàr, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612
28. Rozsudok Súdneho dvora EÚ z 5. septembra 2024, HUK-COBURG-Allgemeine Versicherung II, C-86/23, ECLI:EU:C:2024:689

OCHRANA SPOTREBITEĽA PRI DIGITÁLNYCH PLATOBNÝCH SYSTÉMOCH Z POHLADU FINANČNÉHO PRÁVA: PRÁVNE VÝZVY, REGULAČNÉ ODPOVEDE A PRÍPAD APPLE PAY

Mgr. Veronika Ondrášková

Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta

ondraskova11@uniba.sk

Abstrakt

Tento príspevok sa venuje vybraným aspektom ochrany spotrebiteľa v kontexte používania digitálnych platobných systémov, najmä technológií ako Apple Pay. Vzhľadom na rozsah a komplexnosť problematiky ide o čiastkový predmet výskumu, ktorý reflektuje len niektoré kľúčové oblasti súvisiace s bezpečnosťou, reguláciou a praktickými rizikami elektronických platieb. Príspevok sa zameriava na definovanie pojmu spotrebiteľa a finančného spotrebiteľa v právnom poriadku Európskej únie a slovenskom právnom poriadku, ako aj úlohu Národnej banky Slovenska pri dohľade nad digitálnymi platobnými systémami. Osobitná pozornosť je venovaná mechanizmu silnej autentifikácie klienta (SCA) podľa smernice PSD2 a zákon o platobných službách, vrátane výnimiek definovaných v delegovanom nariadení Komisie. Príspevok analyzuje incidenty spojené s Apple Pay v Maďarsku, ktoré ako jedny z mála poukázali na riziká automatizovaných predplatných platieb a nedostatočnej spätnej kontroly. Cieľom príspevku je analyzovať vybrané aspekty ochrany spotrebiteľa pri digitálnych platobných systémoch s dôrazom na bezpečnostné mechanizmy ako silná autentifikácia a mechanizmus TRA, a identifikovať ich limity a riziká vrátane praktických incidentov. Súčasne zdôrazňuje potrebu efektívnej regulácie, transparentnosti a dohľadu zo strany národných aj európskych orgánov na zabezpečenie bezpečnosti a dôvery spotrebiteľa v digitálne platby.

Abstract

This paper deals with selected aspects of consumer protection in the context of the use of digital payment systems, in particular technologies such as Apple Pay. Given the scope and complexity of the issue, this is a partial research topic that reflects only some of the key areas related to security, regulation, and practical risks of electronic payments. The article focuses on defining the terms "consumer" and "financial consumer" in the legal systems of the European Union and Slovakia, as well as the role of the National Bank of Slovakia in supervising digital payment systems. Special attention is paid to the strong customer authentication (SCA) mechanism under PSD2 and the Payment Services Act, including the exemptions defined in the Commission Delegated Regulation. The paper analyzes incidents related to Apple Pay in Hungary, which were among the few to highlight the risks of automated subscription payments and insufficient back-checking. The aim of the paper is to analyze selected aspects of consumer protection in digital payment systems with an emphasis on security mechanisms such as strong authentication and the TRA mechanism, and to identify their limitations and risks, including practical incidents. At the same time, it emphasizes the need for effective regulation, transparency, and oversight by national and European authorities to ensure consumer safety and confidence in digital payments.

Kľúčové slová: spotrebiteľ, finančný spotrebiteľ, ochrana, digitálny platobný systém, Apple Pay.

Key words: consumer, financial consumer, protection, digital payment system, Apple Pay.

Úvod

V súčasnosti sa takmer každý jednotlivec stretol s niektorou formou platobného systému. V ére digitalizácie a technologického pokroku sa čoraz častejšie využívajú moderné bezhotovostné platenia, ako sú mobilné telefóny, inteligentné hodinky, či dokonca miniatúrne zariadenia typu digitálnych platobných prsteňov. Tieto technológie predstavujú významný posun v oblasti spotrebiteľského správania a stali sa neoddeliteľnou súčasťou elektronického obchodného prostredia.

Digitálne platobné systémy umožňujú rýchle a pohodlné vykonávanie transakcií, pričom reflektujú rastúce nároky spotrebiteľov na efektivitu a ochranu osobných údajov. Digitálne finančné služby, ktoré zahŕňajú celý rad digitálnych platobných, úverových, investičných a bankových možností, zmenili spôsob, akým jednotlivci využívajú finančný systém.¹⁵² Ich rozmach je úzko spätý s implemetáciou regulácie ako smernicou PSD2¹⁵³ a zvyšujúcou sa dôverou verejnosti v elektronické platby. V slovenskom právnom poriadku danú problematiku reflektuje Zákon č. 492/2009 Z.z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej ako “zákon o platobných službách”). Tieto technológie nepochybne prispievajú k transformácii spotrebiteľského správania a redefinujú spôsob akým vnímame tieto finančné služby. Na účely daného príspevku budeme pracovať s hypotézou: Digitálne platobné systémy prinášajú spotrebiteľom vyššiu úroveň bezpečnosti, avšak zároveň so sebou nesú aj nové riziká a potenciálne hrozby, ktorých rozsah a dôsledky zatiaľ nie sú známe či reflektované. Tento príspevok využíva kombináciu základných vedeckých metód, a to analýzu, syntézu, komparáciu, indukciu a dedukciu, ktoré umožňujú komplexné uchopenie skúmanej problematiky a formuláciu relevantných záverov na základe zistených poznatkov. Uplatnenie týchto metód umožňuje identifikovať kľúčové súvislosti, porovnať prístupy Európskej únie ako celku a členských krajín a formulovať východiská pre ďalšie skúmanie.

¹⁵² OZILI, P. K. Impact of digital finance on financial inclusion and stability. In *Borsa Istanbul Review*, 2018, Volume 18, Issue 4, s. 329–340. In ScienceDirect. 2018 [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>.

¹⁵³ Smernica Európskeho Parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2366 z 25. novembra 2015 o platobných službách na vnútornom trhu, ktorou sa menia smernice 2002/65/ES, 2009/110/ES a 2013/36/EÚ a nariadenie (EÚ) č. 1093/2010 a ktorou sa zrušuje smernica 2007/64/ES (Text s významom pre EHP) (ďalej len „Smernica PSD2“ alebo „PSD2“).

Všeobecné vymedzenie

Vzhľadom na danú problematiku je najskôr dôležité priblížiť si kto je za spotrebiteľa považovaný. Pojem “spotrebiteľ” je v právnom kontexte jasne definovaný. V zmysle platnej slovenskej legislatívy Občiansky zákonník za spotrebiteľa považuje fyzická osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení zmluvy nekoná v rámci svojej podnikateľskej činnosti.¹⁵⁴ Rovnakú definíciu nájdeme aj v prípade Zákona o platobných službách, ktorý v § 2 ods. 7 ustanovuje, že: *“Spotrebiteľom na účely tohto zákona sa rozumie fyzická osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení zmluvy, predmetom ktorej je poskytovanie platobných služieb, nekoná v rámci svojho zamestnania, povolania alebo podnikania, ak § 44d ods. 155 5 neustanovuje inak.”*¹⁵⁶ V oblasti nekodifikovaného finančného práva právne predpisy pracujú s mnohými definíciami, ktoré v podstate definujú subjekt spotrebiteľa ako investora, klienta či iné.¹⁵⁷ Avšak za najzákladnejší právny predpis, ktorý upravuje správanie na finančnom trhu podľa Hesekovej a kolektívu môžeme označiť zákon o dohľade nad finančným trhom¹⁵⁸, ktorý nad slovenským finančným trhom vykonáva Národná banka Slovenska (ďalej ako “NBS”). Piata časť spomínaného zákona je vzhľadom na ochranu finančného spotrebiteľa najdôležitejšia.¹⁵⁹ NBS zohráva kľúčovú úlohu pri zabezpečovaní dôveryhodnosti digitálnych platobných systémov. Jej dohľad nad technologickými inováciami vo finančnom sektore je nevyhnutný na to, aby sa spotrebiteľ mohol spoľahnúť, že jeho platby sú nie len pohodlné, ale aj bezpečné a právne chránené.

Dôležitým pojmom, s ktorým sa v práve finančného trhu stretávame asi najčastejšie je finančný spotrebiteľ, ktorý nám definuje vyššie spomínaný zákon o dohľade nad finančným trhom. Finančným spotrebiteľom je *“spotrebiteľ na finančnom trhu, s ktorým pri ponúkaní finančnej služby alebo pri uzatváraní alebo plnení spotrebiteľskej zmluvy o poskytnutí finančnej služby koná dohliadaný subjekt alebo osoba konajúca v mene alebo na účet dohliadaného subjektu”*¹⁶⁰.

¹⁵⁴ § 52 ods. 1 Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník (ďalej ako „Občiansky zákonník“).

¹⁵⁵ § 44d ods. 5 Zákon o platobných službách: „Pri presune platobného účtu sa za spotrebiteľa vždy považuje aj osoba, ktorá v čase uzatvorenia rámcovej zmluvy o poskytovaní platobných služieb zamestnáva menej ako desať osôb a ktorej ročný obrat alebo celková ročná bilančná hodnota nepresahuje 2 000 000 eur.“

¹⁵⁶ § 2 ods. 7 Zákon o platobných službách.

¹⁵⁷ Tejto problematike sa bližšie venuje HESEKOVÁ, S. Finančný spotrebiteľ v kontexte práva finančného trhu. In HESEKOVÁ, S. - HAMŘÍK, M. - KATKOVČIN, M. - SZAKÁCS, A. Ochrana spotrebiteľa na finančnom trhu. 1. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer SR s.r.o., 2025, s 23. ISBN: 978-80-571-0761-3.

¹⁵⁸ Zákon č. 747/2004 Z.z. o dohľade nad finančným trhom a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o dohľade nad finančným trhom“).

¹⁵⁹ HESEKOVÁ, S. Finančný spotrebiteľ v kontexte práva finančného trhu. In HESEKOVÁ, S. - HAMŘÍK, M. - KATKOVČIN, M. - SZAKÁCS, A. Ochrana spotrebiteľa na finančnom trhu. 1. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer SR s.r.o., 2025, s 23. ISBN: 978-80-571-0761-3.

¹⁶⁰ § 1 ods. 3 písm. c) Zákon o dohľade nad finančným trhom.

Pre spotrebiteľa ako subjekt, ktorý vstupuje do vzťahu s platobnou službou pri elektronickej platbe je najdôležitejšie, vzhľadom na jeho ochranu, aby bol pravdivo a náležito autentifikovaný. V momente, v ktorom podvodníci proces autentifikácie prelomia a elektronická platba prebehne bez vedomia používateľa, spotrebiteľa, je naštrbený vzťah medzi ním samotným a platobnou inštitúciou, väčšinou bankou.¹⁶¹

Smernica PSD2 najlepšie popisuje čo by silná autentifikácia mala obsahovať. Zhrnúť by sme to vedeli do troch krátkych slovných spojení. Silná autentifikácia, ktorá čo najlepšie chráni samotného spotrebiteľa by mala obsahovať: niečo, čo používateľ vie; niečo čo používateľ má a niečo, čo používateľ je. Ide o takzvanú dvojfaktorovú autentifikáciu a bezpečnostný mechanizmus Strong Customer Authentication (ďalej ako “SCA”).¹⁶² Zákon o platobných službách v § 2 ods. 48 nám taktiež definuje silnú autentifikáciu. Na účely tohto zákona ide o použitie prvkov, ktorými sú vedomosť, vlastníctvo a charakteristické znaky používateľa platobných služieb. Vedomosťou je to, čo vie len používateľ platobných služieb, vzhľadom ku smernici pôjde o “niečo, čo používateľ vie”. Vlastníctvom je to, čo vlastní alebo drží len používateľ platobných služieb teda “niečo, čo používateľ má”. A posledným znakom sú charakteristické znaky, ktoré špecifikujú používateľa platobných služieb.¹⁶³ Podľa nášho názoru je zvolená formulácia “charakteristické znaky, ktoré špecifikujú používateľa” oveľa presnejšie označenie ako “niečo čo používateľ je”, s ktorým pracuje PSD2.

Na to, aby autentifikačný proces bol naozaj silný, musí spĺňať aspoň dve z troch požadovaných požiadavok.¹⁶⁴ Pri “niečom, čo používateľ vie” alebo “vedomosti” pôjde logicky o heslo či PIN daného používateľa, ktoré by malo opäť spĺňať znaky silného hesla. Aj vzhľadom na jeho ochranu je nezmyselné dávať si heslá ako roky narodenia či iné jednoduché štvorčísla, ktoré sú ľahko rozšifrovateľné. “Niečo, čo používateľ má” či “vlastníctvo”. Tu prichádza na rad používateľovo fyzické zariadenie, ktoré vlastní či používa. Posledným prvkom silnej autentifikácie je “niečo, čo používateľ je” alebo teda “charakteristické črty používateľa”, ktorý predstavuje biometrické údaje jedinečné pre daného používateľa.¹⁶⁵ Hoci

¹⁶¹ CHIVULESCU, M. Balanced, as all things should be: PSD2 and cybersecurity risks. University of Twente, Faculty of Electrical Engineering, Mathematics & Computer Science : 2021, 125 s. 2021 [cit. 22.10.2025]. [online]. Dostupné z: <https://essay-acc.utsp.utwente.nl>.

¹⁶² článok 4 bod 30 Smernica PSD2.

¹⁶³ § 2 ods. 48 Zákon o platobných službách.

¹⁶⁴ čl. 4 ods. 1 Delegované Nariadenie Komisie (EÚ) 2018/389 z 27. novembra 2017, ktorým sa dopĺňa smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2366, pokiaľ ide o regulačné technické predpisy pre silnú autentifikáciu zákazníka a spoločné a bezpečné otvorené komunikačné normy.

¹⁶⁵ § 2 ods. 48 Zákon o platobných službách.

tento systém dvojfaktorovej autentifikácie predstavuje robustný bezpečnostný rámec, jeho praktická účinnosť závisí od správnej implementácie a transparentnosti celého procesu.¹⁶⁶

Nedostatky v týchto oblastiach sa ukázali v roku 2024, keď v Maďarsku došlo k rozsiahlym incidentom, pri ktorom boli používateľom služby Apple Pay bez ich vedomia a súhlasu, tzn. bez predošlej autorizácie, stiahnuté finančné prostriedky z bankových účtov. Problém sa týkal tisícov klientov vo viacerých bankách a vyvolal verejnú diskusiu o samotnej bezpečnosti digitálnych platieb. Podľa medializovaných informácií, Apple omylom spracoval transakcie na jednotlivých účtov, v prípade ktorých išlo o staré predplatné služby, zmenené ceny alebo neautorizované platby. Dňa 26. júna Apple v dôsledku technickej chyby inicioval značný počet neoprávnených platieb kartou pre veľký počet domácich zákazníkov. Celkovo bolo vykonaných 780 000 transakcií v hodnote približne 2 miliardy forintov.¹⁶⁷ Najextrémnejší prípad predstavovalo stiahnutie až 74 platieb v priebehu piatich minút vo výslednej sume približne 1 379,-Eur (550 000 forintov).¹⁶⁸ Maďarská banková asociácia (ďalej len “MBA”) a Maďarská národná banka (ďalej ako “MNB”) po tomto incidente vyzvala poskytovateľov platobných služieb na zvýšenie ochrany spotrebiteľov a iniciovala preventívne opatrenia, aby sa podobný incident neopakoval.¹⁶⁹ MBA vyzvala banky, aby zintenzívnili dohľad nad opakovanými a predplatnými transakciami.^{170 171} Incidenty v Maďarsku poukázali na nedostatky v automatizovanom spracovaní platieb, ako aj na riziká spojené s nedostatočnou kontrolou predplatných a opakovaných transakcií. Z pohľadu ochrany spotrebiteľa ide o isté varovanie, že aj technologicky vyspelé systémy ako Apple Pay môžu zlyhať, ak nie sú dostatočne transparentné či spätne kontrolovateľné.

Pri platbe online cez banku či digitálnu peňaženku, musí používateľ autentifikáciou prejsť. Väčšinou poskytovatelia platobných služieb využívajú dva z týchto prvkoch, i keď nájdu sa už aj výnimky, ktoré využívajú aj všetky tri faktory. Či a kedy sú členské štáty potrebné

¹⁶⁶ článok 3 Delegované Nariadenie Komisie (EÚ) 2018/389 z 27. novembra 2017, ktorým sa dopĺňa smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2366, pokiaľ ide o regulačné technické predpisy pre silnú autentifikáciu zákazníka a spoločné a bezpečné otvorené komunikačné normy.

¹⁶⁷ Tlačová správa Maďarskej národnej banky. Budapešť. 2. júl 2024. [online]. Dostupné z: <https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2024-evi-sajtokozlemenyek/az-mnb-iranymutatasai-val-osszhangban-gyors-utemben-zajlik-az-apple-incidensben-erintettek-kartalanitasa>.

¹⁶⁸ Masívne výbery peňazí v spoločnosti Apple: čo potrebujete vedieť, ak ste postihnutí. 2024. [online]. Dostupné z: <https://24.hu/tech/2024/06/27/apple-pay-apple-id-penz-levonas-visszateritas-magyar-bankok/>.

¹⁶⁹ Apple Mistakenly Deducts Money from Users' Accounts. 2024. [online]. Dostupné z: <https://hungarytoday.hu/apple-mistakenly-deducts-money-from-users-accounts/>.

¹⁷⁰ Tlačová správa Maďarskej národnej banky. Budapešť. 2. júl 2024. [online]. Dostupné z: <https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2024-evi-sajtokozlemenyek/az-mnb-iranymutatasai-val-osszhangban-gyors-utemben-zajlik-az-apple-incidensben-erintettek-kartalanitasa>.

¹⁷¹ Tlačová správa Maďarskej národnej banky a Maďarskej bankovej asociácie. Budapešť. 1. október 2024. [online]. Dostupné z: <https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2024-evi-sajtokozlemenyek/ujabb-apple-ugy-az-mnb-es-a-bankszovetseg-is-szorosan-figyelemmel-kiseri-az-esemenyeket>.

zabezpečovať, aby poskytovatelia platobných služieb museli uplatňovať SCA nám bližšie definuje článok 9 spomínanej smernice PSD2. Zákon o platobných službách podmienky, kedy je poskytovateľ platobných služieb povinný uplatniť silnú autentifikáciu používateľa platobných služieb bližšie rozoberá v § 3c ods. 1¹⁷². Ustanovenie § 3c sa do zákona o platobných službách pridalo novelizáciou Zákonom č. 281/2017 Z.z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 492/2009 Z. z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ktorý nadobudol účinnosť k 13. januáru 2018, ktorým sa pre slovenský právny poriadok upresnili pravidlá silnej autentifikácie. Dôvodová správa k predmetnému zákonu zakotvenie silnej autentifikácie podložila tvrdením, že silná autentifikácia tak bude prepojená s konkrétnou sumou a konkrétnym príjemcom danej platobnej operácie.¹⁷³

Z povinnosti zabezpečenia silnej autentifikácie pri digitálnych platobných systémoch však existujú aj výnimky, ktoré smernica PSD2 presne nedefinuje, ale nájdeme ich v Delegovanom Nariadení Komisie, ktorým sa dopĺňa smernica PSD2.¹⁷⁴ Smernica sama totiž v článku 98 splnomocňuje Európsku komisiu, aby prijala regulačné technické štandardy, ktoré podrobne majú upravovať podmienky uplatňovania SCA a výnimky. Články 10 až 18 nám hovoria o konkrétnych výnimkách z povinnosti silnej autentifikácie zákazníka.¹⁷⁵

Za tie najdôležitejšie výnimky považujeme, podľa nášho názoru, určite výnimku podľa článku 10. V tomto ustanovení sú špecifikované prípady opakovaných transakcií rovnakému príjemcovi s rovnakou sumou. V týchto prípadoch riešime hlavne platby predplatného na digitálne služby, v ktorých sme už registráciou a zakúpením jedného mesiaca služby, súhlasili s opakovanými platbami až do momentu odvolania tohto súhlasu tzv. ukončenia odberu tejto služby. Ako príklady môžeme pokojne uviesť streamovacie platformy. V prípade autentifikácie, tá sa vyžaduje iba pri prvom nastavení danej platby, každá ďašia sa už z platobného účtu používateľa, spotrebiteľa, sťahuje automaticky a platba je iniciovaná zo strany príjemcom. V ďalších prípadoch špecifikuje delegované nariadenie napríklad prípady inkasa vopred autorizovaného používateľom, transakcie s nízkou hodnotou do 30,- Eur

¹⁷² § 3c ods. 1 Zákon o platobných službách: „Poskytovateľ platobných služieb uplatňuje silnú autentifikáciu používateľa platobných služieb, ak platiteľ a) pristupuje k svojmu platobnému účtu online, b) predkladá platobný príkaz v elektronickej podobe, c) vykonáva prostredníctvom diaľkového prístupu akékoľvek činnosti, ktoré môžu predstavovať riziko platobného podvodu alebo iného zneužitia platobného prostriedku.“

¹⁷³ Dôvodová správa k Zákonu č. 281/2017 Z.z. ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 492/2009 Z. z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov. 2017. [online]. Dostupné z: <https://www.nrsr.sk/web/Dynamic/DocumentPreview.aspx?DocID=441238>.

¹⁷⁴ Delegované Nariadenie Komisie (EÚ) 2018/389 z 27. novembra 2017, ktorým sa dopĺňa smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2366, pokiaľ ide o regulačné technické predpisy pre silnú autentifikáciu zákazníka a spoločné a bezpečné otvorené komunikačné normy (ďalej ako „delegované nariadenie“).

¹⁷⁵ Zákon o platobných službách na výnimky vychádzajúce z delegovaného nariadenia, kedy poskytovateľ platobnej služby nemusí použiť silnú autentifikáciu odkazuje v § 12 ods. 3 písm. d).

či prípady prístupu k informáciám o účte. Je však otázne či výnimky, ktoré nám definuje delegované nariadenie sú jediné prípady, v ktorých sa systém SCA neaplikuje a nejde aj o iné situácie.

Na základe praktických skuseností možno pozorovať, že pri niektorých obchodníkoch dochádza k situáciám, keď po uskutočnení prvej objednávky prostredníctvom platobnej karty, po zadaní jej údajov vrátane CVV kódu, sú následné transakcie realizované automaticky, bez opätovného vyžiadania autorizácie zo strany klienta. V tejto súvislosti je legitímne položiť otázku, či takéto postupy spĺňajú podmienky výnimiek zo SCA, ako sú definované v delegovanom nariadení. V individuálnych prípadoch by malo ísť o aplikáciu výnimky podľa článku 16, ktorý upravuje transakcie s nízkym rizikom. Aby však takáto výnimka bola oprávnené uplatnená, musia byť splnené viaceré podmienky, napríklad hodnota transakcie nesmie presiahnuť stanovené limity, obchodník musí byť považovaný za dôveryhodného a poskytovateľ platobných služieb musí disponovať systémom na riadne hodnotenie rizika.¹⁷⁶ Z uvedeného vyplýva, že automatické zúčtovanie bez opätovnej autentifikácie môže byť v určitých prípadoch opodstatnené, avšak len za predpokladu, že poskytovateľ platobných služieb preukázateľne dodržiava všetky požiadavky stanovené regulačným rámcom. V opačnom prípade by mohlo ísť o porušenie pravidiel ochrany spotrebiteľa a bezpečnosti elektronických platieb.¹⁷⁷

Podľa delegovného nariadenia, poskytovatelia platobných služieb môžu v daných prípadoch vykonávať dynamické hodnotenie rizika alebo tzn. Transaction Risk Analysis (ďalej ako "TRA")¹⁷⁸. Ide o mechanizmus, ktorý umožňuje výnimku zo SCA pri elektronických platbách. Banka či platobná brána vyhodnocuje riziko konkrétnej transakcie v reálnom čase a cieľom spomínaného mechanizmu je identifikovať podozrivé alebo neobvyklé správanie a zároveň umožniť bezproblémové platby v prípadoch, kedy riziko na podvod je nízke. V praxi to funguje spôsobom, že platobná brána vyhodnotí transakciu cez TRA. Ak je suma nízka, príjemcu vyhodnotí ako dôveryhodného a zariadenie, z ktorého platba vychádzala je známe či dokonca správanie používateľa vyhodnotí ako štandardné, transakcie môže prejsť aj bez SCA¹⁷⁹. To znamená, že používateľ zadá len údaje z karty a platba sa spracuje bez ďalšieho overenia. Vzhľadom na správanie spotrebiteľa aj tento spôsob slabšej autentifikácie však zvyšuje

¹⁷⁶ Článok 16 Delegované Nariadenie.

¹⁷⁷ COLOGGI, M. The impact of regulation on retail payment security: Evidence from Italian supervisory data. In *Finance research Letters* 54. s. 5. 2023 [online]. In ScienceDirect. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.103799>.

¹⁷⁸ Článok 18 Delegované Nariadenie.

¹⁷⁹ Článok 18 odsek 3 Delegované Nariadenie.

konverziu a spokojnosť zákazníkov a stále zachováva bezpečnosť, ak je správne implementovaný.

V rámci slovenského právneho poriadku kontrolu nad dodržiavaním pravidiel silnej autentifikácie má práve už vyššie spomínaná NBS. V súlade s PSD2 a delegovaním nariadením jej vieme ako orgánu dohľadu túto úlohu priradiť. Európsky orgán pre bankovníctvo, Európska banková asociácia (ďalej ako “EBA”), má za úlohu podľa PSD2 vydávať regulačné technické štandardy, ktoré určujú implementáciu SCA.¹⁸⁰ A je už na orgánoch dohľadu členských štátov, aby vykonávali praktický dohľad. NBS má dohliadať na to, aby poskytovatelia platobných služieb správne implementovali silnú autentifikáciu klienta, napríklad aj pri mobilných platbách a mala by zabezpečiť, aby výnimky z autentifikácie boli uplatňované v súlade s právom a nie na úkor bezpečnosti finančného spotrebiteľa, taktiež rieši podnety finančných spotrebiteľov¹⁸¹ či spolupracuje s EBA na zabezpečovaní jednotného výkladu pravidiel.

Orgány dohľadu členských štátov Európskej únie v oblasti ochrany spotrebiteľa spolupracujú pri riešení cezhraničných prípadov prostredníctvom siete, ktorá im umožňuje vzájomne si vymieňať informácie o porušení právnych predpisov a koordinovať kroky na zastavenie takýchto protiprávných konaní. Súčasťou tejto siete je aj NBS ako orgán dohľadu členského štátu. Táto spolupráca sa však uplatňuje len vtedy, ak ide o porušenia právnych predpisov, ktoré poškodzujú alebo môžu poškodiť kolektívne záujmy spotrebiteľov s bydliskom v inom členskom štáte, než v ktorom k danému konaniu došlo alebo kde má poskytovateľ služby sídli. Ak však ako spotrebiteľ potrebujete riešiť váš individuálny prípad, môžete sa obrátiť na svoj vnútroštátny orgán dohľadu alebo priamo na orgán dohľadu v krajine, kde má poskytovateľ služby sídlo.¹⁸² Otázne je, či vnútroštátne orgány dohľadu disponujú dostatočnými kapacitami a kompetenciami na vykonávanie efektívneho cezhraničného dohľadu. Každý jeden z nich, vrátane NBS, je na vyššej úrovni súčasťou Európskeho systému finančného dohľadu¹⁸³, no ich dosah pri cezhraničných službách, môžeme hodnotiť ako obmedzený, keďže subjekty, ktoré poskytujú služby na základe tzv. passportingu podliehajú primárne dohľadu ich domovského orgánu, s ktorými môžu spolupracovať, ale sami nemajú priamu regulačnú právomoc nad zahraničnými fintechmi.¹⁸⁴ Vnútroštátne orgány dohľadu teda nie sú bezmocné,

¹⁸⁰ článok 98 Smernica PSD2.

¹⁸¹ § 16 Zákon o dohľade nad finančným trhom.

¹⁸² Ako riešiť problém s cezhraničnou službou. [online]. Dostupné z: <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/ofs/riesenie-problemu/problem-s-financnou-sluzbou/ako-riesit-problem-s-cezhranicnou-sluzbou/>.

¹⁸³ Európsky systém finančného dohľadu. [online]. Dostupné z: <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/dohlad/dohlad-eu/europsky-system-financneho-dohladu/>.

¹⁸⁴ Časté otázky a odpovede NBS. [online]. Dostupné z: <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/dohlad/platobne-sluzby-a-elektronicke-peniaze1/caste-otazky1/>.

ale ich právomoci sú limitované geograficky a kompetenčne. V digitálnom priestore, kde hranice miznú, je kľúčová medzinárodná spolupráca a harmonizácia pravidiel.¹⁸⁵ Otázka teda nestojí len tak, či vnútroštátne orgány dohľadu majú obmedzené možnosti, ale skôr: či je európsky dohľad dostatočne prepojený, aby chránil spotrebiteľa v digitálnom svete bez hraníc.

Prípád, ktorým sa zaoberala Komisia - Apple Pay vs. Komisia (AT.40452) je ukážkou toho, ako technologická kontrola aj napríklad nad infraštruktúrou môže mať priame dôsledky na práva spotrebiteľa a jeho ochranu. Európska komisia týmto zásahom potvrdila, že ochrana hospodárskej súťaže je zároveň ochranu spotrebiteľa, najmä v digitálnom finančnom prostredí. Na problematiku, ktorú rozoberáme v našom príspevku tak nemusíme nahliadať len cez vyššie zmienenú optiku zneužívania platobných služieb, ale aj problematického vzniku monopolov v platobných službách. Prípád Apple Pay vs. Komisia sa začal v roku 2020 a vyvrcholil v roku 2024. Jadrom bola otázka, či Apple zneužíva svoje dominantné postavenie na trhu mobilných platieb tým, že obmedzuje prístup konkurencie k technológii NFC na svojich zariadeniach. Konkurenti tvrdili, že Apple neumožňuje tretím stranám prístup k NFC čipu a znemožňuje tým vývoj alternatívnych mobilných peňaženiek a tým obmedzuje možnosti spotrebiteľa na právo si vybrať medzi rôznymi digitálnymi peňaženkami a jeho výber bol obmedzený len na digitálnu peňaženku Apple Pay.¹⁸⁶ Prípád bol ukočený v 2024 dohodou medzi oboma subjektami, že Apple sprístupní NFC technológiu tretím stranám. Dopad prípadu Apple Pay vs. Komisia má zásadný význam z pohľadu ochrany spotrebiteľa v digitálnom finančnom prostredí. Rozhodnutie Komisie a následné záväzky spoločnosti Apple priamo ovplyvňujú kvalitu, dostupnosť a bezpečnosť platobných služieb, ktoré spotrebitelia využívajú každý deň.

Záver

Digitálne platobné systémy sa stali neoddeliteľnou súčasťou moderného finančného prostredia a zásadne menia spôsob, akým spotrebitelia pristupujú k svojim peňažným prostriedkom. Ich výhody spočívajú najmä v rýchlosti, efektívite a komforte, ktoré prinášajú do každodenného života. Na druhej strane však otvárajú aj nové výzvy a riziká, ktoré vyžadujú dôslednú reguláciu a dohľad. Smernica PSD2 a jej implementácia prostredníctvom

¹⁸⁵ WARDHANI, N. E. A Legal Perspective on the Antecedents of Consumer Protection in Digital Financial Services. In Shirkah: Journal of Economics and Business, Volume 9 Issue 1., s. 17–32. 2023. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.22515/shirkah.v9i1.667>.

¹⁸⁶ Rozhodnutie Komisie zo dňa 11.7.2024 týkajúce sa konania podľa článku 102 Zmluvy o fungovaní Európskej únie a článku 54 Dohody o Európskom hospodárskom priestore. Vec AT.40452 – Apple – Mobilné platby. [online]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases1/202441/AT_40452_10269725_10183_3.pdf.

mechanizmu silnej autentifikácie (SCA) predstavuje kľúčový krok k zvýšeniu bezpečnosti elektronických platieb, avšak prax ukazuje, že ani tieto opatrenia nie sú bezchybné a ich uplatovanie v reálnych podmienkach prináša viaceré interpretačné a aplikačné otázky.

Implementácie smernice PSD2 v členských štátoch však podľa výskumu niektorých autorov predstavujú problém na spoločnom trhu Európskej únie a autori¹⁸⁷ vyzvali na revíziu PSD2 s cieľom riešiť tieto národné rozdiely na veľmi prepojenom trhu platobných služieb. V roku 2023 sa tak súčasťou legislatívneho balíčka Európskej Komisie stala aj nová smernica PSD3¹⁸⁸ s cieľom modernizovať platobné služby, zabezpečiť spoľahlivejšiu ochranu používateľov platobných služieb a zvýšiť konkurencieschopnosť medzi rôznymi účastníkmi trhu.¹⁸⁹ V súčasnosti však stále čakáme na prijatie spomínanej smernice, ktorá by mala priniesť významné zlepšenie, najmä v oblasti silnejšej ochrany spotrebiteľa alebo spravodlivejšej konkurencie medzi bankami a nebankovými inštitúciami.¹⁹⁰

Úloha vnútroštátneho orgánu dohľadu, u nás NBS, je v tomto kontexte mimoriadne dôležitá, no zároveň limitovaná rámcom európskeho finančného systému. Ochrana spotrebiteľa v digitálnom priestore preto musí byť založená na intenzívnej spolupráci, výmene informácií a jednotnom výklade pravidiel v rámci celej Európskej únie. Prípád Apple Pay vs. Komisia ukázal, že aj technologická uzavretosť môže predstavovať riziko pre spotrebiteľa, ak obmedzuje jeho slobodný výber a prístup ku konkurencii.

Z vyššie uvedeného vyplýva, že budúcnosť digitálnych platieb bude závisieť nie len od inovácií a technologického pokroku, ale aj od schopnosti regulačných orgánov a samotných poskytovateľov služieb zabezpečiť rovnováhu medzi pohodlím, efektívnosťou a ochranou spotrebiteľa. Bez dôvery verejnosti, transparentnosti a zodpovedného prístupu by digitálne platobné systémy stratili svoj základný zmysel uľahčovať, nie ohrozovať, každodenný finančný život spotrebiteľa.

¹⁸⁷ STEENNOT, R. - GUIMARÃES M. R. Allocation of Liability in Case of Payment Fraud: Who Bears the Risk of Innovation? A Comparison of Belgian and Portuguese Law in the Context of PSD2. *European Review of Private Law*. [online]. 2022, 30 (Issue 1), s. 29–72. ISSN 0928-9801. doi:10.54648/erpl2022003.

¹⁸⁸ Návrh Smernice Európskeho Parlamentu a Rady o platobných službách a službách elektronických peňazí na vnútornom trhu, ktorou sa mení smernica 98/26/ES a zrušujú smernice (EÚ) 2015/2366 a 2009/110/ES. [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:52023PC0366>

¹⁸⁹ Európska Komisia. Balík pre prístup k finančným údajom a platbám. 2023. [online]. Dostupné z: https://finance.ec.europa.eu/publications/financial-data-access-and-payments-package_en.

¹⁹⁰ SKRABKA, J. Modernising payment services and enhancing open banking: a comparison of recent EU proposals of payment services directive 3 (PSD3) and payment services regulation (PSR) with current PSD2. 2023, s. 218. [online]. In *Horizons of Law in Business and Finance. Conference proceedings 15th International Scientific Conference „Law in Business of Selected Member States of the European Union”* October 25-27, 2023, Prague, Czech Republic. Bucharest, Paris, Calgary : ADJURIS – International Academic Publisher, 2023. ISBN: 978-606-95862-2-8.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. COLOGGI, M. The impact of regulation on retail payment security: Evidence from Italian supervisory data. In Finance research Letters 54. 8 s. 2023. [online]. In ScienceDirect. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.103799>
2. Delegované Nariadenie Komisie (EÚ) 2018/389 z 27. novembra 2017, ktorým sa dopĺňa smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2366, pokiaľ ide o regulačné technické predpisy pre silnú autentifikáciu zákazníka a spoločné a bezpečné otvorené komunikačné normy
3. Dôvodová správa k Zákonu č. 281/2017 Z.z. ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 492/2009 Z. z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov. 2017. [online]. Dostupné z: <https://www.nrsr.sk/web/Dynamic/DocumentPreview.aspx?DocID=441238>
4. Európska Komisia. Balík pre prístup k finančným údajom a platbám. 2023. [online]. Dostupné z: https://finance.ec.europa.eu/publications/financial-data-access-and-payments-package_en
5. GIMIGLIANO, G. Title IV, 'Rights and obligations in relation to the provision and use of payment services' chapter 2 'authorisation of payment transactions' (ARTS 64-77). In GIMIGLIANO G., BOŽINA BEROŠ M., eds. The Payment Services Directive II [online]. Edward Elgar Publishing, 2021, 608 s. ISBN 978-1-83910-567-8. doi:10.4337/9781839105685.00019
6. HESEKOVÁ, S. - HAMŘÍK, M. - KATKOVČIN, M. - SZAKÁCS, A. Ochrana spotrebiteľa na finančnom trhu. 1. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer SR s.r.o., 2025, 364 s. ISBN: 978-80-571-0761-3
7. CHIVULESCU, M. Balanced, as all things should be: PSD2 and cybersecurity risks. University of Twente, Faculty of Electrical Engineering, Mathematics & Computer Science : 2021, 125 s. [online]. Dostupné z: <https://essay-acc.utsp.utwente.nl>
8. OZILI, P. K. Impact of digital finance on financial inclusion and stability. In Borsa Istanbul Review, 2018, Volume 18, Issue 4, s. 329–340. [online]. In ScienceDirect. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>
9. Návrh Smernice Európskeho Parlamentu a Rady o platobných službách a službách elektronických peňazí na vnútornom trhu, ktorou sa mení smernica 98/26/ES a zrušujú smernice (EÚ) 2015/2366 a 2009/110/ES. [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:52023PC0366>

10. Rozhodnutie Komisie zo dňa 11.7.2024 týkajúce sa konania podľa článku 102 Zmluvy o fungovaní Európskej únie a článku 54 Dohody o Európskom hospodárskom priestore. Vec AT.40452 – Apple – Mobilné platby. [online]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases1/202441/AT_40452_10269725_10183_3.pdf
11. SALAZAR, R. H., Apple Pay & Digital wallets in Mexico and The United States: Illussion or Financial Revolution?. 42 s. 2016. <https://doi.org/10.22201/ij.24485306e.2017.18.10775>
12. SKRABKA, J. Modernising payment services and enhancing open banking: a comparison of recent EU proposals of payment services directive 3 (PSD3) and payment services regulation (PSR) with current PSD2. 2023, [online]. In: Horizons of Law in Business and Finance. Conference proceedings 15th International Scientific Conference „Law in Business of Selected Member States of the European Union” October 25-27, 2023, Prague, Czech Republic. ADJURIS – International Academic Publisher, Bucharest, Paris, Calgary, 2023, 226 s. ISBN: 978-606-95862-2-8
13. Smernica Európskeho Parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2366 z 25. novembra 2015 o platobných službách na vnútornom trhu, ktorou sa menia smernice 2002/65/ES, 2009/110/ES a 2013/36/EÚ a nariadenie (EÚ) č. 1093/2010 a ktorou sa zrušuje smernica 2007/64/ES (Text s významom pre EHP)
14. WARDHANI, N. E. A Legal Perspective on the Antecedents of Consumer Protection in Digital Financial Services. In Shirkah: Journal of Economics and Business, Volume 9 Issue 1., s.17–32. 2023. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v9i1.667>
15. Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník
16. Zákon č. 747/2004 Z.z. o dohľade nad finančným trhom a o zmene a doplnení niektorých zákonov
17. Zákon č. 492/2009 Z.z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov

ONLINE ZDROJE

18. Ako riešiť problém s cezhraničnou službou. [online]. Dostupné z: <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/ofsr/riesenie-problemu/problem-s-financnou-sluzbou/ako-riesit-problem-s-cezhranicnou-sluzbou/>.
19. Apple Mistakenly Deducts Money from Users' Accounts. 2024. [online]. Dostupné z: <https://hungarytoday.hu/apple-mistakenly-deducts-money-from-users-accounts/>
20. Časté otázky a odpovede NBS. [online]. Dostupné z: <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/dohlad/platobne-sluzby-a-elektronicke-peniaze1/caste-otazky1/>

21. Európsky systém finančného dohľadu. [online]. Dostupné z: <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/dohlad/dohlad-eu/europsky-system-financneho-dohladu/>
22. Masívne výbery peňazí v spoločnosti Apple: čo potrebujete vedieť, ak ste postihnutí. 2024. [online]. Dostupné z: <https://24.hu/tech/2024/06/27/apple-pay-apple-id-penz-levonas-visszateritas-magyar-bankok/>
23. Tlačová správa Maďarskej národnej banky. Budapešť. 2. júl 2024. [online]. Dostupné z: <https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2024-evi-sajtokozlomenyek/az-mnb-iranymutatasai-val-osszhangban-gyors-utemben-zajlik-az-apple-incidensben-erintettek-kartalansaga>
24. Tlačová správa Maďarskej národnej banky a Maďarskej bankovej asociácie. Budapešť. 1. október 2024. [online]. Dostupné z: <https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2024-evi-sajtokozlomenyek/ujabb-apple-ugy-az-mnb-es-a-bankszovetseg-is-szorosan-figyelemmel-kiseri-az-esemenyeket>

NÁSTUP CBDC A DYNAMIKA VZŤAHU MEDZI SPOTREBITEĽMI A OBCHODNÍKMI ONLINE

Mgr. Viliam Poništ, PhD.

Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta

viliamponist@gmail.com

Abstrakt

Príspevok analyzuje potenciálny vplyv zavedenia digitálnej meny centrálnej banky na dynamiku vzťahu medzi spotrebiteľmi a obchodníkmi v online prostredí. Zameriava sa na kľúčové faktory, ktoré môžu ovplyvniť jej prijatie, vrátane transakčných nákladov, úrovne dôvery, ochrany súkromia a technologického dizajnu. Poukazuje aj na, že povinná akceptácia síce odstraňuje bariéry na strane obchodníkov, avšak nepostačuje na vytvorenie spontánnej spotrebiteľskej adopcie bez jasne vnímaných výhod oproti existujúcim platobným riešeniam. Analyzované sú aj aspekty ako povinná akceptácia, nekonvenčné nástroje menovej politiky, či riziká spojené s programovateľnosťou. Výsledky naznačujú, že digitálna mena centrálnej banky má potenciál stať sa významným prvkom digitálneho platobného ekosystému, avšak len za predpokladu vhodného dizajnu, nízkych nákladov a zachovania súkromia používateľov.

Abstract

This paper analyses the potential impact of introducing a central bank digital currency on the dynamics of the relationship between consumers and merchants in the online environment. It focuses on the key factors that may influence its adoption, including transaction costs, the level of trust, privacy protection and technological design. It also highlights that while mandatory acceptance removes barriers on the merchant side, it is insufficient to generate spontaneous consumer adoption without clearly perceived advantages over existing payment solutions. The paper further examines aspects such as mandatory acceptance, unconventional monetary policy tools and the risks associated with programmability. The findings suggest that a central bank digital currency has the potential to become an important element of the digital payment ecosystem, but only under conditions of appropriate design, low costs and the preservation of user privacy.

Kľúčové slová: digitálna mena centrálnej banky, spotrebiteľ, obchodník, digitálne euro, budúcnosť platieb.

Key words: central bank digital currency, consumer, merchant, digital euro, future of payments.

Úvod

V súčasnosti prechádza platobný styk dynamickou transformáciou, ktorá je charakterizovaná klesajúcim používaním fyzickej hotovosti a nárastom elektronických/digitálnych platobných metód. V reakcii na tieto zmeny prichádza zákonné platidlo – hotovosť v retailovom svete o svoju pozíciu, keďže aj spotrebiteľia sa presúvajú

čoraz viac do online priestoru. V online priestore je hotovosť fakticky nepoužiteľná, pokiaľ nie je možnosť platiť za tovar (či službu?) na dobierku. Potom narastajú súkromné platobné riešenia, súkromné peniaze sa používajú viac ako „štátne“, ak ich takto môžeme označiť. Centrálné banky po celom svete aktívne skúmajú možnosť zavedenia digitálnej meny centrálnej banky (ďalej iba „CBDC“) pre použitie nielen v online priestore pri online nákupoch, ale aj pre transakcie vykonávané za fyzickej prítomnosti platiaceho a prijímajúceho, či dokonca pri offline transakciách. CBDC v zásade predstavuje novú formu verejných peňazí (verejný statok) prístupnú verejnosti, ktorých hlavným cieľom je zvýšenie efektívnosti, bezpečnosti platieb a upevnenie úlohy verejných peňazí v digitálnom veku.

Úspešná implementácia CBDC je cieľ, ktorý si kladú v každej krajine, ktorá mieni zaviesť CBDC na svojom území. Či sa to však podarí je viac ako otázne, aspoň na začiatku nie je zrejmé akú adopciu verejnosťou môžeme očakávať, kriticky závisí to závisí od jej prijatia používateľmi a aj akceptáciou obchodníkov. Je to vlastne taký uzavretý kruh, keď CBDC budú používať spotrebiteľia, nakoľko ju prijímajú obchodníci a obchodníci ju budú prijímať len, ak ňou spotrebiteľia budú chcieť platiť. Mnohé sa odohrá aj v online priestore, ktorý generuje nové výzvy a riziká (ako digitálne bezpečnostné hrozby, podvody, problémy s narušením súkromia, potenciálne zneužitie a podobne).

Z právneho hľadiska je nástup CBDC v online sfére významnou výzvou, nakoľko súčasný právny rámec nie je koncipovaný s ohľadom na digitálne peniaze centrálnej banky určené pre retail. Tento stav v zásade môže vyžadovať rozsiahlu právnu klasifikáciu CBDC a vymedzenie jasného a jednoznačného rámca pre použitie CBDC.

Vzťah medzi online spotrebiteľmi a obchodníkmi v kontexte CBDC je zvlášť citlivý. Tento článok analyzuje právne výzvy spojené so zavedením CBDC v oblasti online obchodu, zameriavajúc sa na kritickú dynamiku vzťahov medzi online spotrebiteľmi a obchodníkmi.

Pri koncipovaní tohto článku vychádzame z hypotézy, že zavedenie retailovej digitálnej meny centrálnej banky do online platobného styku má potenciál zmeniť správanie spotrebiteľov a obchodníkom a byť ideálnym platidlom v online priestore, a to v závislosti od jej vlastností - jej technologického dizajnu a inovácií, ktoré pre obidve strany prinesie.

Digitálne peniaze centrálnych bánk vo všeobecnosti

Hoci CBDC môžu do určitej miery pripomínať viacero druhov už skôr známych peňazí – elektronické peniaze, ale aj bezhotovostné peniaze alebo niektoré druhy kryptoaktív, treba k nim pristupovať rozdielne. Zároveň platí, že ani dve CBDC nemusia byť nevyhnutne rovnaké (a ani nebudú). Na rozdiel od kryptoaktív, ktoré fungujú decentralizovane a mimo priamej

kontroly centrálnych menových autorít, CBDC budú, resp. sú neoddeliteľnou súčasťou menového systému štátu, opierajú sa o dôveru a autoritu centrálnej banky. Napríklad v prípade Bahám a ich CBDC – Sand dollar, ide v zmysle príslušnej legislatívy o elektronické peniaze.

CBDC je v podstate digitálna forma fiat meny krajiny, emitovaná a regulovaná jej centrálnou bankou (základná právna úprava je ponechaná príslušnej legislatíve). Jej hodnota je ekvivalentná národnej (medzinárodnej) fiat mene v hotovosti, s ktorou je voľne zameniteľná. Hlavnými účelmi CBDC je nielen doplnenie hotovosti a poskytnutie alternatívy k už existujúcim súkromným riešeniam, ale aj podpora finančnej inklúzie a efektívnejšia implementácia menovej politiky. Avšak z pohľadu ich zaradenia sú jedinečné a už od začiatku ich vývoja sa akosi predpokladá, že budú niest' status zákonného platidla, hoci by ani tento status nepotrebovali. Zo striktne právneho hľadiska nie je formálne označenie CBDC za zákonné platidlo potrebné.¹⁹¹ Ich používanie sa dá nastaviť aj inak – napríklad zavedením akceptácie v určitých prípadoch, či ich naviazaním na zákonné platidlo – hotovosť (voľná zameniteľnosť).

Na účely tohto článku budeme rozlišovať CBDC na veľkoobchodné a maloobchodné (retailové). Veľkoobchodné CBDC sú primárne určené pre finančné inštitúcie a slúžia na medzibankové platby a správu rezerv a na druhej strane retailové CBDC sú navrhnuté pre spotrebiteľov a podniky na každodenné transakcie. Môžu byť buď na báze tokenov alebo na báze účtov, pričom sa nevylučuje, že by obidva typy fungovali v tej istej ekonomike. Niekoľko krajín už spustilo maloobchodné CBDC na národnej úrovni, vrátane spomínaných Bahám (Sand Dollar) alebo Nigérie (eNaira). Európska centrálna banka začala v októbri 2021 dvojročnú fázu skúmania vydania CBDC pre eurozónu – digitálneho eura, v októbri 2023 prešla do fázy prípravy, a v októbri 2025 bolo rozhodnuté o vstupe projektu do ďalšej fázy, ktorá má zabezpečiť technickú pripravenosť na pilotné testovanie.

Medzi hlavné výhody, ktoré vidí väčšina ekonómov a centrálnych bankárov, patrí sprístupnenie efektívnych, bezpečných a moderných peňazí centrálnej banky pre všetkých a posilnenie odolnosti, dostupnosti a konkurencieschopnosti maloobchodných platieb.¹⁹² Samotní používatelia - spotrebiteľia de facto ani len nemusia spoznať rozdiel, ak by mali používať platby v CBDC oproti ostatným elektronickým platbám (o to viac v krajinách kde boli spustené aj okamžité platby pri použití bezhotovostného prevodu z účtu v banke). Ako ukazuje

¹⁹¹ GRÜNEWALD, S. - N. ZELLWEGER-GUTKNECHT, C. - GEVA, B. Digital Euro and ECB Powers. In Common Market Law Review 58, 8/2021, s. 1053.

¹⁹² BINDSEIL, U. Tiered CBDC and the financial system. ECB, Working Paper Series, No 2351 / January 2020, s. 2. [online]. Dostupné z: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb.wp2351~c8c18bbd60.en.pdf>.

príklad eNairy, tak samotná emisia nového zákonného platidla v digitálnej forme centrálnou autoritou nestačí na širokú adopciu. Kľúčové aspekty sú používateľská skúsenosť, pohodlie a sieťové efekty. A ani vhodná legislatíva nemusí stačiť (napríklad adopcia v Salvádore).

Pre úspech CBDC sa centrálné banky musia zamerať nielen na technickú pripravenosť a politické ciele, ale napríklad ako riešenie faktora „pohodlia používateľov“ a potenciálne ponúkanie služieb s pridanou hodnotou nad rámec základných platieb, alebo integráciu s existujúcimi populárnymi platobnými kanálmi, namiesto presadzovania nového, samostatného systému.

Zavedenie CBDC u nás a vo svete

Celosvetovo je už viac ako 130 krajín v určitom štádiu prípravy k zavedeniu CBDC, a to od výskumu, cez prípravu, testovanie až po spustenie. Samozrejme nie každá krajina aj CBDC nakoniec zavedie, momentálne sú plne spustené CBDC v troch krajinách – Bahamy, Jamajka a Nigéria.

Hoci v našom regióne nástup digitálnej meny centrálnej banky je plánovaný, tak dátum jej presného zavedenia zatiaľ nepoznáme. Do dňa jej zavedenia je potrebné zodpovedať viacero otázok, a to od spoločenských, cez ekonomické, technické a technologické až k tým právnym.

Pri zavedení digitálnej meny centrálnej banky tak nejako všetci, ktorí za týmto projektom stoja, a to kdekoľvek vo svete, veria, že k jej adopcii obyvateľstvo dôjde. Ako nám však ukazuje prax v krajinách, ktoré svoj projekt pretavili do reálneho platidla, tak jej adopcia v spoločnosti je viac ako zložitá. Zavedenie digitálnej meny centrálnej banky predpokladá, že občania/spotrebitelia ju budú ochotní používať (vytvoria sa sieťové efekty), a to či už ako alternatívu k hotovosti alebo iným digitálnym/elektronickým platobným riešeniam. Jej adopcia však na strane dopytu, či ponuky závisí od viacerých faktorov. Skúsenosti so zavádzaním predchádzajúcich inovácií v oblasti platieb naznačujú, že neexistuje univerzálny prístup, ktorý by zaručil ich prijatie. Tieto skúsenosti však poukazujú na niektoré kľúčové ponaučenia, ktoré budú pravdepodobne platné aj v budúcnosti, ako napríklad uspokojovanie potrieb používateľov, využívanie sieťových efektov a nevyžadovanie nových zariadení.¹⁹³

Postavenie CBDC sa plánuje často postaviť na úroveň hotovosti, t.j. udeliť im status zákonného platidla. Zákonné platidlo môžeme vo všeobecnosti charakterizovať ako právnymi predpismi stanovený statok (nositeľ hodnoty, token), ktorý je takto štátom/štátmi určený na uhrádzanie peňažných záväzkov a ktorého prijatie zväčša nemožno na vyrovnanie dlhu bez

¹⁹³ Central bank digital currencies: user needs and adoption. Bank for International Settlements, 2021, s. 9, [online]. Dostupné z: https://www.bis.org/publ/othp42_user_needs.pdf.

zákonného dôvodu odmietnuť. Siekmann uvádza, že zákonné platidlo je formálne vymedzenie platobného nástroja na základe aktu príslušného suveréna, ktorý musí byť akceptovaný štátnymi orgánmi aj súkromnými osobami na splnenie peňažných pohľadávok.¹⁹⁴ Za zákonné platidlo sa vo všeobecnosti považuje čokoľvek, čo je zákonom uznané ako prostriedok na vyrovnanie dlhov alebo splnenie finančných záväzkov. Hoci prostriedok platby môže získať status zákonného platidla len vtedy, ak ide o formu peňazí, nie všetky formy peňazí získavajú status zákonného platidla. Vo väčšine jurisdikcií má status zákonného platidla len štátom vydaná mena vo forme bankoviek a mincí.¹⁹⁵ S pojmom zákonné platidlo sa vo všeobecnosti spája aj povinnosť jeho akceptácie, tak ako to uvádza aj Siekmann, ale ako ukazuje prax, tak nie je vždy je toto tvrdenie pravdivé. Napríklad v Maďarsku, hoci nedávno prijali právo na platbu v hotovosti priamo do svojej ústavy, povinná akceptácia zákonného platidla však bola spochybnená o niečo skôr ústavným súdom. Zákon o Maďarskej národnej banke¹⁹⁶ ustanovuje, že vydané maďarské bankovky a mince je povinný každý prijať v nominálnej hodnote. Maďarský ústavný súd však toto ustanovenie vyložil tak, že nevylučuje, aby sa pri platbe za rôzne výrobky a služby v primeranom rozsahu uplatňovali osobitosti jednotlivých spôsobov platby. Za osobitný spôsob platby sa považuje platba, ktorú je možné uskutočniť výlučne alebo alternatívne prostredníctvom automatu.¹⁹⁷ Nemusíme však chodiť do cudzích jurisdikcií, aby sme spochybnili povinnú akceptovateľnosť zákonného platidla ako jeho základnú funkciu. Stačí nazrieť aj do čl. 39a ods. 2 Ústavy Slovenskej republiky, ktorý na jednej strane zavádza povinnosť prijímať hotovosť ako zákonné platidlo a na druhej strane umožňuje jeho odmietnutie (v rovnakej vete). Súdny dvor EÚ vo svojom rozsudku zo dňa 26. januára 2021 v spojených veciach C-422/19 and C-423/1, Johannes Dietrich a Norbert Häring proti Hessischer Rundfunk pre postavenie zákonného platidla nevyžaduje jeho absolútne akceptovanie, ale len principiálne akceptovanie. CBDC teda takisto nesú niektoré pravidlá ich akceptácie. Z návrhu nariadenia o zavedení digitálneho eura (čl. 7) vyplýva, že digitálne eurá má mať postavenie zákonného platidla, čo znamená jeho povinné prijímanie za úplnú nominálnu hodnotu s možnosťou splniť povinnosť platby. Prirážky k platbe dlhu digitálnym eurom sú v návrhu priamo zakázané. Vzhľadom na to, že povinnosť prijímať zákonné platidlo

¹⁹⁴ SIEKMANN, H. Legal tender in the euro area, IMFS Working Paper Series, No. 122, Goethe University Frankfurt, Institute for Monetary and Financial Stability (IMFS), Frankfurt a. M., 2018, s. 7.

¹⁹⁵ Central bank digital currencies: Legal aspects of retail CBDCs. Bank for International Settlements, 2024, s. 5. [online]. Dostupné z: https://www.bis.org/publ/othp88_legal.pdf

¹⁹⁶ Zdroj [online]. Dostupné z: <https://www.mnb.hu/letoltes/mnb-torveny-2025-06-27-en.pdf>.

¹⁹⁷ Rozhodnutie Maďarského ústavného súdu zo dňa 14.5.2007 sp. zn. 1063/B/2005. [online]. Dostupné z: <https://alkotmanybirosag.hu/ugyadatlap/?id=777DA6D1961D6042C1257ADA0052A224>.

v EÚ je budovaná iba na principiálnej, nie absolútnej akceptácii, tak aj samotný návrh počíta s určitými výnimkami, ktorými sú (čl. 9):

- ak je príjemca platby podnikom, ktorý zamestnáva menej ako desať osôb alebo ktorého ročný obrat alebo celková ročná súvaha nepresahuje 2 milióny eur, alebo je neziskovým právnym subjektom, ako sa vymedzuje v článku 2 ods. 18 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2021/695 44, pokiaľ neprijíma porovnateľné digitálne platobné prostriedky;
- ak je odmietnutie uskutočnené v dobrej viere a ak sa takéto odmietnutie zakladá na legitímnych a dočasných dôvodoch v súlade so zásadou proporcionality vzhľadom na konkrétne okolnosti, ktoré sú mimo kontroly príjemcu platby;
- ak je príjemca platby fyzickou osobou konajúcou v rámci výlučne osobnej alebo domácej činnosti;
- ak sa príjemca platby pred platbou dohodol s platiteľom na odlišných platobných prostriedkoch.

V zásade tak akceptácia digitálneho eura v online svete bude daná, hoci by aj obchodník mal menej ako 10 zamestnancov alebo ročný obrat menší ako 2 milióny eur, tak vychádzame z toho, že prijíma porovnateľné digitálne platobné prostriedky, čo je v online priestore nevyhnutnosť (hotovosťou sa dá online platiť iba veľmi obmedzene).

Majú CBDC potenciál zmeniť dynamiku v online prostredí?

Ako bolo v úvode naznačené adopcia CBDC sa môže pohybovať v bludnom kruhu – spotrebiteľia ňou budú platiť, ak ju budú obchodníci prijímať a obchodníci ju budú prijímať, iba ak ňou budú spotrebiteľia platiť. Tu však vstupuje do hry právo. CBDC sú koncipované ako zákonné platidlo, a teda je nutné ich v platobnom styku akceptovať,¹⁹⁸ t.j. obchodníci by mali CBDC prijímať ako platidlo. Z pohľadu spotrebiteľa je veľmi otáznne, či bude mať záujem používať digitálne platidlo centrálnej banky, tak ako je to v prípade iného produktu centrálnej banky – hotovosti. V zásade CBDC musí reagovať na existujúce platobné preferencie používateľov a súčasne zachovať dôveru, ktorú občania tradične spájajú s hotovosťou.¹⁹⁹ Dôvera verejnosti v určité štátom emitované peniaze je viac ako kľúčová pri ich používaní, čo môžeme vidieť aj na príklade rôznych krajín s vysokou infláciou (kedy sa obyvateľstvo utieka

¹⁹⁸ Napríklad San dollar na Bahamách je v zmysle príslušnej legislatívy zákonným platidlom (legislatívne označený za elektronické peniaze) a v jeho nominálnej hodnote je platbou za akúkoľvek čiastku. V návrhu nariadenia o zavedení digitálneho eura sa takisto počíta s povinnou akceptáciou.

¹⁹⁹ MOLDOVAN, C. E. CBDC între preferințele consumatorilor și protecția drepturilor fundamentale. In: Revista de Drept Bancar și Financiar, nr. 1/2025, s. 4.

k iným menám, resp. peniazom, a podobne), resp. krajín, ktoré už CBDC zaviedli. Ak bude CBDC spájaná s predstavou kontroly alebo stratou súkromia (ako je v očiach niektorých vizionárov/konšpirátorov predstavovaná), jej spoločenská akceptácia bude obmedzená bez ohľadu na jej potenciálne praktické výhody.

Práva, povinnosti a motivácia obchodníkov k akceptácii platieb v CBDC

V prospech CBDC hovorí napríklad to, že ide o zákonné platidlo, ktoré musí byť v určitých prípadoch povinne akceptované, t.j. spotrebiteľ sa nemusí báť, že by v ňom nemohol zaplatiť, ak obchodník spĺňa legislatívne požiadavky. V prípade online obchodu by to mala byť samozrejmosť, ako sme poukázali na príklade digitálneho eura.

Na druhej strane obchodníci majú záujem o nové platobné nástroje, ktoré by mohli rozšíriť ich zákaznícku základňu, pretože ich používa široká skupina spotrebiteľov alebo znižujú ich náklady na transakcie v porovnaní s aktuálne akceptovanými platobnými metódami.²⁰⁰ Okrem toho môže obchodník mať aj inú motiváciu uprednostňovať platbu v CBDC – na Slovensku by to mohla byť napríklad daň z finančných transakcií (ak by vedel počas dňa priamo v CBDC rozposielať platby ďalej). Samozrejme v prípade obchodníkov je otázne ako by malo používanie CBDC vyzeráť, t.j. či budú mať takisto vytvorený účet s nejakým limitom alebo potom mať účet s nulovým zostatkom (CBDC sa bude automaticky premieňať na bankový depozit) – vtedy ani spomínaná motivácia nemá zmysel.

Čo pre obchodníkov zmysel má sú náklady, ktoré v súvislosti s platbami nesú. Jedným z najpodstatnejších efektov CBDC na online komerciu bude pravdepodobne zmena v štruktúre transakčných poplatkov. CBDC transakcie by mohli tieto náklady výrazne znížiť alebo možno aj úplne eliminovať.

Napríklad návrh nariadenia o zavedení digitálneho eura počíta aj s primeranými poplatkami poskytovateľov platobných služieb účtovaných obchodníkom (alebo medzi poskytovateľmi navzájom). Avšak Európska centrálna banka chce týmto projektom obchodníkom ušetriť niekoľko miliárd eur ročne, ktoré platia na transakčných poplatkoch. Na druhej strane samotná implementácia digitálneho eura môže stáť eurozónu niekoľko sto miliónov eur.²⁰¹

²⁰⁰ Central bank digital currencies: Legal aspects of retail CBDCs. Bank for International Settlements, 2024, s. 6, [online]. Dostupné z: https://www.bis.org/publ/othp88_legal.pdf.

²⁰¹ Pozri: NÆSS-SCHMIDT, H. S., ZIENAU, Ch., CIPRIANO, R., BRINK, J. EFFECTS OF A DIGITAL EURO ON FINANCIAL STABILITY AND CONSUMER WELFARE, Copenhagen Economics study, 2023, s. 46, [online]. Dostupné z: www.ebf.eu/wp-content/uploads/2023/12/Effects-of-a-Digital-Euro-on-Financial-Stability-and-Consumer-Welfare_CE-Report_December2023.pdf alebo A view on recent assessments of digital euro investment costs for the euro area banking sector. ECB, 2025, s. 5 a nasl. [online]. Dostupné z:

Práva, povinnosti a motivácia spotrebiteľov k platbám v CBDC

Spotrebiteľ na druhej strane nie je ničím nútený používať CBDC. Hlavným dôvodom na používanie CBDC by pravdepodobne bola jeho bezpečnosť a istota v praktickej forme, ktorú by bolo možné integrovať do inovatívnych produktov a služieb súkromného sektora.²⁰² Je pravda, že CBDC budú emitované centrálnou bankou, a teda nejde o súkromné peniaze na účte komerčnej banky (ktoré predstavujú pohľadávku spotrebiteľa voči tejto banke). Teda ide o zákonné platidlo, za ktorým stojí relatívne dôveryhodná inštitúcia. Takisto však vklady na účtoch bankách sú legislatívne chránené až do výšky 100 000 eur,²⁰³ t.j. ochrana poskytovaná legislatívou je pre väčšiu časť obyvateľstva úplne postačujúca.

Zaujímavým aspektom CBDC pre spotrebiteľa môže byť anonymita a ochrana osobných údajov, a to v oboch smeroch, t.j. tak pozitívne ako aj negatívne. Teda dizajn CBDC môže byť z pohľadu spracúvania osobných údajov znepokojujúci ako aj na druhej strane viac ako vítaný. Dizajn CBDC môže zdieľať informácie o platbách jednotlivých používateľov dokonca aj so štátnymi orgánmi, resp. na druhej strane môže klásť veľký dôraz na ochranu súkromia a minimalizáciu údajov a zdieľať ich nebude so žiadnym subjektom, okrem banky ktorá mu vedie účet (a ktorá bude musieť urobiť riadnu identifikáciu - KYC). V kontexte online platieb to môže znamenať, že pri platbe CBDC budú všetky údaje zachytené a zdieľané s konkrétnym štátnym orgánom, resp. na druhej strane spotrebiteľ nemusí ani len obchodníkovi zverejňovať osobné údaje – zachováva sa anonymita voči obchodníkovi, platcu bude poznať iba banka obchodníka (aj tá len ako určitý číselný identifikátor) a žiaden štátny orgán nedostane žiadne informácie o platbách. Tento druhý model predstavuje výrazný kontrast s existujúcimi súkromnými digitálnymi platobnými systémami, ktoré typicky zbierajú rozsiahle údaje o transakciách na účely cieľenej reklamy a ďalších komerčných účelov. Na druhej strane, keďže aj na obchodníkov kladú účtovné predpisy, či AML legislatíva určité podmienky, tak to asi nebude možné úplne bez poskytnutia údajov (na druhej strane, odhliadnuc od platobnej metódy takisto nesmieme zabudnúť na potenciálne doručenie tovaru, či služby, ktoré nesie so sebou určité zdieľanie informácií).

Výskum spotrebiteľského správania naznačuje, že stručná a praktická komunikácia o kľúčových vlastnostiach digitálneho eura môže ovplyvniť ochotu spotrebiteľov prijať digitálne

www.ecb.europa.eu/euro/digital_euro/timeline/profuse/shared/pdf/ecb.deprep251010_a_view_on_recent_assessments_of_digital_euro_investment_costs_for_the_euro_area_banking_sector.en.pdf.

²⁰² Central bank digital currencies: user needs and adoption. Bank for International Settlements, 2021, s. 5, [online]. Dostupné z: https://www.bis.org/publ/othp42_user_needs.pdf.

²⁰³ Na základe zákona NRSR č. 118/1996 Z.z. o ochrane vkladov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, na základe smernice Európskeho parlamentu a Rady 2014/49/EÚ zo 16. apríla 2014 o systémoch ochrany vkladov.

euro.²⁰⁴ Teda, tak ako v ďalších oblastiach, aj pri zavádzaní CBDC je správna komunikácia dôležitá a môže ovplyvniť používanie zo strany spotrebiteľa (a nevyhnutne aj obchodníka).

Ďalšie aspekty, ktoré môžu dopadať na dynamiku platieb v CBDC

Pri niektorých druhoch CBDC je možné sa stretnúť s kritikou v duchu, že ide o riešenie na nejestvujúci problém. Je pravda, že ak by na trhu neexistovala podstatná medzera, ktorú by mohla CBDC vyplniť, verejná politika v prospech CBDC aj motivácia používateľov prijať ju by boli pravdepodobne slabšie.²⁰⁵

Konkurenciou pre CBDC na online platformách môžu byť a aj budú tzv. okamžité platby. Nielen v rámci eurozóny, ale aj v ďalších krajinách dochádza k zavádzaniu instantných platieb. Tieto platby sa vyznačujú rýchlym bezhotovostným prevodom z účtu na účet v priebehu niekoľkých sekúnd. Takto už vznikajú nové platobné riešenia, pre ktoré nie je nutné používať napríklad „kartové“ riešenia, t.j. dá sa vykonať platba bez sprostredkovateľa, čím obchodník šetrí transakčné náklady. Pokiaľ sa okamžité platby etablujú na trhu predtým ako bude zavedená CBDC, tá to bude mať v online priestore veľmi ťažké. Fakticky mnohí spotrebiteľia nebudú v online priestore ani vidieť nejaký rozdiel medzi okamžitými platbami a platbou v CBDC, keďže na obidve bude stačiť napríklad aplikácia v mobile. Fakticky si tak samotná centrálna banka vytvára konkurenciu k vlastnej digitálnej mene.

Podmienené a programovateľné platby takisto môžu zmeniť dynamiku vzťahu spotrebiteľ - obchodník. Keď sa povie programovateľnosť CBDC mnohým naskočia čierne scenáre ako to, že im bude môcť vydávajúca autorita z jedného dňa druhý úpravou softwaru/preprogramovať peniaze na úplne inú (nižšiu) hodnotu alebo sa nimi nebude dať zaplatiť za určité služby. S programovateľnosťou meny sa pohráva Čína, či Brazília.

Programovateľné peniaze by mohli porušovať základné práva, konkrétne vlastnícke právo, a to napríklad stanovením dátumu platnosti CBDC, čo môže používateľov CBDC pripraviť o možnosť zachovať si majetok (išlo by o de facto vyvlastnenie). Programové obmedzenia týkajúce sa toho, kto môže vlastniť alebo prijímať CBDC, by mohli brániť účasti na trhu a zmluvnej slobode a mohli by spôsobiť diskrimináciu, ak by sa neuplatňovali

²⁰⁴ GEORGARAKOS, D. - KENNY, GEOFF, LAEVEN, L. - MEYER, J. Consumer attitudes towards a central bank digital currency. ECB, working papers No. 3035, s. 28 [online]. Dostupné z: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb~cde4bd616e.wp3035en.pdf>.

²⁰⁵ Central bank digital currencies: user needs and adoption. Bank for International Settlements, 2021, s. 6, [online]. Dostupné z: https://www.bis.org/publ/othp42_user_needs.pdf.

proporcionálne a transparentne v súlade s verejným záujmom.²⁰⁶ Totiž programovateľnosť môže spočívať v tom, že si platiaci nebude môcť kúpiť konkrétne tovary – napríklad alkohol, alebo by mohla byť uvedená exspirácia, t.j. do určitého dátumu budeme musieť peniaze minúť, či do určitého dátumu s nimi nebude môcť vôbec pohnúť.

Napríklad v návrhu nariadenia o zavedení digitálneho eura sa na viacerých miestach spomína, že by digitálne euro nemalo predstavovať programovateľné peniaze, dokonca v čl. 24 ods. 2 sa uvádza, že digitálne euro nesmie predstavovať programovateľné peniaze. Napriek tomu však digitálne euro s určitou programovateľnosťou počíta. V recitály (bod 55) sa uvádza, že digitálne euro by malo podporovať programovanie podmienených transakcií s platbou v digitálnom eure poskytovateľmi platobných služieb. Zároveň sa v tomto istom bode uvádza, že by nemalo byť programovateľnými peniazmi. Čl. 24 návrhu nariadenia počíta s podmienenými transakciami s platbou v digitálnom eure.

Podmienené platby v zásade môžeme označiť za inovatívnu vlastnosť CBDC, kde platba sa vykoná až po splnení určitých podmienok. To má priamy vplyv na online obchod, a to napríklad v podobe zníženia rizika podvodov pri online nákupoch, automatizované uvoľnenie platieb po overení dodania tovaru alebo služby, prípadne aj zjednodušenie procesu vrátenia peňazí. CBDC pravdepodobne nebude podporovať plnohodnotné smart kontrakty. Zároveň sa pri CBDC počíta aj s určitým limitom držby, čo môže takisto predznamenať programovateľnosť v určitej miere, avšak toto môže byť skôr požiadavka na peňaženku/aplikáciu ako na samotnú CBDC.

Na druhej strane, motiváciou pre platby v CBDC alebo skôr motivácia k ich nepoužívaniu môžu predstavovať nekonvenčné nástroje menovej politiky. Ich použitie však prichádza do úvahy až v prípade, ak by nemala byť k CBDC iná alternatíva, čo sa momentálne javí komplikované a vzdialené – nehovoriac o kontroverznosti ako takej. V diskusiách k CBDC sa môžeme stretnúť aj s názormi, že konvenčnú politiku by bolo možné doplniť nekonvenčným (a kontroverzným) prístupom. Bolo by možné využiť CBDC na priame ovplyvňovanie spotrebiteľských výdavkov, buď prostredníctvom zavedenia záporných úrokových sadzieb²⁰⁷ na emisie CBDC, alebo časovým obmedzením výdavkov peňazí CBDC ako už boli spomenuté. Diskusia o týchto návrhoch je síce ešte na začiatku, a ide o pomerne kontroverznú tému,

²⁰⁶ BECHARA, M. - DUMITRESCU-PASECINIC, A. - TOMOYUKI, K. Selected Legal Considerations for Central Bank Digital Currencies, P International Monetary Fund, 2025, s. 27 [online]. Dostupné z: <https://www.imf.org/en/-/media/files/publications/ftn063/2025/english/ftnea2025006.pdf>.

²⁰⁷ Tieto nie je možné stotožňovať s úrokovými sadzami, ktoré vyhlasuje centrálna banka pre úverovanie komerčných bánk. V danom prípade by išlo o špeciálnu úrokovú sadzbu, ktorú centrálna emisná autorita vyhlasovala pre účely CBDC.

existujú však závažné dôvody na obavy z tohto potenciálneho vývoja (a kam by sa až mohol dostať). Len na margo môžeme poznamenať, že vo všeobecnosti sa očakávalo, že CBDC mohli mať kladný vplyv na výkon menovej politiky centrálnych bánk a ako uvádza Katkovčín „môžu stať efektívnym nástrojom ku kontrole a zvýšeniu adresnosti implementácie menovej politiky v tzv. nekonvenčnom režime (t. j. v stave veľmi nízkych či až nulových kľúčových úrokových sadzieb vyhlasovaných centrálnou bankou).“²⁰⁸ Treba však dodať, že CBDC by nemali byť úročené a mali by byť používané skôr ako platobné riešenie a s nulovými úrokovými sadzami sa počíta priamo. Až tie záporné úrokové sadzby (vyhlasované práve pre CBDC) sú nekonvenčnými v tomto smere.

Takéto opatrenia by potom mali vplyv na používanie CBDC aj vo vzťahu k obchodníkom online. Bude však veľmi záležať kam sa spoločnosť bude chcieť posunúť, CBDC totiž predstavuje príležitosť ukázať, že technológia môže posilniť demokratické hodnoty, ak je správne nasmerovaná alebo na druhej strane posilniť rolu štátu na úkor občana-používateľa. CBDC je preto viac než len nový typ peňazí. Je to zrkadlo spoločnosti, ktoré odráža, ako vnímame slobodu, dôveru a úlohu štátu v digitálnej ére.

Na uvedené potom nadviaže CBDC aj v tom ako bude v platobnom prostredí fungovať, t.j. či bude chrániť pluralitu platobných riešení. CBDC by mala dopĺňať, nie vytláčať súkromné inovácie, aby sa nestalo, že nakoniec naozaj bude možnosť uplatňovať nekonvenčné nástroje menovej politiky.

V zásade tak vzťah spotrebiteľ – obchodník v online priestore nemusí nijako utrpieť. Práve naopak. V prípade konkurenčného riešenia, ktoré by mohlo priniesť lacnejšie prevody pre obchodníkov a prívetivé používateľské prostredie pre spotrebiteľov nielenže nemusí tento vzťah nijako utrpieť, ale práve naopak dostane novú vzpruhu, ktorá potenciálne môže priniesť viac pre obidve strany.

Diskusia

Vo všeobecnosti môžeme konštatovať, že ekonomický úspech CBDC je podmienený jej spoločenským prijatím tohto druhu peňazí (platieb). Z dostupných empirických poznatkov aj skúseností z krajín, ktoré už CBDC implementovali alebo pilotne tento projekt testujú, možno

²⁰⁸ KATKOVČÍN, M. DIGITÁLNE MENY CENTRÁLNYCH BÁNK. In SZAKÁCS, A. – HLINKA, T. – MYDLIAROVÁ, M. – SENKOVÁ, S. – KAHOUNOVÁ DUREC, M. (eds.). Bratislavské právnické fórum 2021: aktuálne výzvy pre finančné právo: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej online konferencie. Bratislava: Univerzita Komenského, 2021, s. 78. [online]. Dostupné z: https://www.flaw.uniba.sk/fileadmin/praf/Veda/Konferencie_a_podujatia/BPF/2021/Zbornik_BPF_2021_Sekcia_8_Financne_pravo.pdf.

vyvodiť, že samotná existencia digitálnej meny centrálnej banky nepredstavuje automaticky impulz pre jej širšiu akceptáciu. Kľúčovými faktormi zostávajú dôvera spotrebiteľa, používateľská jednoduchosť a existencia siete akceptačných miest, pričom tieto faktory sa vzájomne posilňujú, resp. oslabujú.

Významným momentom, ktorý môže zásadne ovplyvniť vzťah spotrebiteľ – obchodník, je právna povinnosť akceptovať CBDC. V prostredí online predaja, kde obchodníci už bežne akceptujú digitálne platobné riešenia, môže táto povinnosť pôsobiť menej invazívne ako vo fyzickom predaji. Napriek tomu platí, že aj legislatívne vynútená akceptácia nemusí viesť k skutočnému používaniu, ak spotrebiteľia nenadobudnú presvedčenie, že CBDC im prináša výrazné výhody oproti existujúcim platobným možnostiam. Diskusia preto ukazuje, že právny rámec síce môže odstrániť bariéry na strane obchodníkov, ale nevie garantovať spontánnu sieťovú adopciu na strane spotrebiteľov. V konečnom dôsledku aj spotrebiteľ môže byť donútený používať a tento spôsob platby, v prípade, ak by boli legislatívou ostatné spôsoby zakázané.

Jedným z najsilnejších potenciálnych účinkov CBDC je redukcia transakčných nákladov. Pre obchodníkov môže predstavovať zásadnú motiváciu, ak sa náklady na spracovanie platieb prostredníctvom CBDC ukážu ako výrazne nižšie v porovnaní s tradičnými kartovými schémami. Z pohľadu spotrebiteľov môže byť kritickým aspektom otázka ochrany súkromia. Dizajn CBDC môže existovať v spektre od vysoko súkromného modelu až po model, ktorý vytvára riziká sledovania platieb.

Diskusia naznačuje, že konkurenčné riešenia – najmä okamžité platby na úrovni EÚ – môžu zásadne oslabiť atraktivitu CBDC. Ak sa trh adaptuje na efektívne instantné platby skôr, ako bude CBDC dostupná, rozdiel v používateľskej skúsenosti sa môže značne zmenšiť.

Celkovo možno konštatovať, že vzťah obchodník–spotrebiteľ po zavedení CBDC nebude determinovaný samotnou existenciou digitálnej meny centrálnej banky, ale kvalitou jej dizajnu, mierou ochrany súkromia, nákladovosťou a kompatibilitou s existujúcou infraštruktúrou. Technologická a právna kvalita CBDC sa stane kľúčovým parametrom jej reálneho spoločenského dopadu.

Záver

Pri peniazoch centrálnej banky, resp. štátu hovoríme často aj ako o verejnom statku. Ak má naozaj CBDC byť takýmto statkom, prispievať k dobru jeho používateľov, tak nemôže sledovať ich platby, nemôže predstavovať nástroj, ktorým štát bude umelo pôsobiť na spotrebu (napríklad zápornými úrokmi), ale má slúžiť. V tomto duchu sa bude vyvíjať aj legitimita

CBDC a bude závisieť od toho, či samotný dizajn a použité technológie budú prispievať k zásadám právneho štátu alebo nie.

Zavedenie CBDC môže predstavovať hlbokú transformáciu vzťahu medzi štátom, spotrebiteľom, obchodníkom a peniazmi, ktorá si vyžaduje novú rovnováhu medzi inováciou, suverenitou a ochranou základných práv. Možno to nenastane hneď pri zavedení CBDC, ale v určitom (aj spoločenskom) vývoji je to viac ako nevyhnutné. Ako uvádza Moldovan regulačný rámec uplatniteľný na CBDC musí byť preto navrhnutý tak, aby zabezpečoval spravodlivú rovnováhu medzi technologickou efektívnosťou, bezpečnosťou systému a účinnou ochranou individuálnych práv spôsobom, ktorý je primeraný a orientovaný na verejný záujem.²⁰⁹

Samotná dynamika používania CBDC vo vzťahu B2C a C2B potom veľa závisí práve od toho ako bude CBDC navrhnutá. CBDC je symbolom digitálnej éry: na jednej strane ponúka bezprecedentné možnosti efektívnosti, bezpečnosti a inklúzie, no na druhej strane prináša riziko centralizácie moci a oslabenia individuálnej slobody.

Hypotéza sa tak potvrdila iba čiastočne (podmienečne). CBDC má potenciál meniť dynamiku vzťahu medzi spotrebiteľmi a obchodníkmi, no iba za predpokladu správneho technologického dizajnu, nízkych nákladov a vysokej miery ochrany súkromia (hoci ani tieto vlastnosti/benefity CBDC nezaručujú masové prijatie hlavne, ak spotrebiteľ nevidí jasný rozdiel oproti už existujúcim riešeniam). CBDC môže priniesť konkurenčnú výhodu, ale len v prípade, že bude jasne diferencovaná od existujúcich platobných riešení, t.j. nemusí byť nevyhnutne ideálnym platobným riešením, ale skôr jednou z viacerých možností pre online platby.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. A view on recent assessments of digital euro investment costs for the euro area banking sector. ECB, 2025, 51 s.
2. BECHARA, M. - DUMITRESCU-PASECINIC, A. - TOMOYUKI, K. Selected Legal Considerations for Central Bank Digital Currencies, International Monetary Fund, 2025, 41 s. ISBN 9798229028134
3. BINDSEIL, U. Tiered CBDC and the financial system. ECB, Working Paper Series, No 2351, 2020, 40 s. ISBN 978-92-899-3994-2

²⁰⁹ MOLDOVAN, C. E. CBDC între preferințele consumatorilor și protecția drepturilor fundamentale. In: Revista de Drept Bancar și Financiar, nr. 1/2025, s. 24.

4. Central bank digital currencies: user needs and adoption. Bank for International Settlements, 2021, 11 s., ISBN 978-92-9259-511-1
5. Central bank digital currencies: Legal aspects of retail CBDCs. Bank for International Settlements, 2024, 29 s., ISBN 978-92-9259-805-1
6. GEORGARAKOS, D. - KENNY, GEOFF, LAEVEN, L. - MEYER, J. Consumer attitudes towards a central bank digital currency. ECB, working papers No. 3035, 81 s. ISBN 978-92-899-7120-1
7. GRÜNEWALD, S., N. - ZELLWEGER-GUTKNECHT, C. - GEVA, B. Digital Euro and ECB Powers. In Common Market Law Review 58, 8/2021, 1029 – 1056 s. ISSN: 0165-0750
8. KATKOVČIN, M. DIGITÁLNE MENY CENTRÁLNYCH BÁNK. In SZAKÁCS, A. – HLINKA, T. – MYDLIAROVÁ, M. – SENKOVÁ, S. – KAHOUNOVÁ DUREC, M. (eds.). Bratislavské právnické fórum 2021: aktuálne výzvy pre finančné právo: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej online konferencie. Bratislava: Univerzita Komenského, 2021, 75 – 80 s. ISBN 978-80-7160-606-2
9. MOLDOVAN, C. E. CBDC între preferințele consumatorilor și protecția drepturilor fundamentale. In: Revista de Drept Bancar și Financiar, nr. 1/2025, 26 s. ISSN 1842-4368 (článok preložený pomocou chatgpt.com)
10. NÆSS-SCHMIDT, H. S. - ZIENAU, Ch. - CIPRIANO, R. - BRINK, J. EFFECTS OF A DIGITAL EURO ON FINANCIAL STABILITY AND CONSUMER WELFARE, Copenhagen Economics study, 2023, 67 s.
11. SIEKMANN, H. Legal tender in the euro area, IMFS Working Paper Series, No. 122, Goethe University Frankfurt, Institute for Monetary and Financial Stability (IMFS), Frankfurt a. M, 2018, 62 s.
12. Návrh nariadenia o zavedení digitálneho eura
13. Rozhodnutie Maďarského ústavného súdu zo dňa 14.5.2007 sp. zn. 1063/B/2005
14. Rozsudok Súdneho dvora EÚ zo dňa 26. januára 2021, Hessischer Rundfunk, v spojených veciach C-422/19 and C-423/1, ECLI:EU:C:2021:63
15. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/49/EÚ zo 16. apríla 2014 o systémoch ochrany vkladov
16. Zákon NRSR č. 118/1996 Z.z. o ochrane vkladov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

RELEVANTNÉ TRHY V DIGITÁLNOH HOSPODÁRSTVE

Mgr. Simona Rudohradská, PhD.

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Právnická fakulta

simona.rudohradska@upjs.sk

Abstrakt

Definovanie relevantného trhu predstavuje jeden zo základných pilierov súťažnoprávnej analýzy. V prostredí digitálneho hospodárstva však tradičné nástroje, ktoré sú založené najmä na cenových testoch čelia zásadným výzvam. Digitálne platformy fungujú ako viacstranné trhy, na ktorých vznikajú priame a nepriame sieťové efekty, viacúrovňové interakcie a špecifické cenové štruktúry, vrátane modelov s nulovou cenou na jednej strane trhu. Uvedené fenomény sú typicky prítomné pri službách poskytovaných v rámci digitálneho hospodárstva, spravidla poskytovaných používateľom bezodplatne. Cieľom príspevku je analyzovať, ako sa tieto špecifiká premietajú do konceptu relevantného trhu a ako na ne reaguje aplikačná prax. Parciálnym cieľom príspevku je priblíženie uchopenia problematiky perspektívou Aktu o digitálnych trhoch, ktorý vymedzenie relevantného trhu pre jeho aplikáciu nepredpokladá, a ktorý možno označiť za nadstavbu regulácie súťažného práva.

Abstract

Defining the relevant market constitutes one of the fundamental pillars of competition-law analysis. However, within the digital economy, traditional analytical tools – particularly those based on price tests – face substantial challenges. Digital platforms operate as multi-sided markets, characterised by direct and indirect network effects, multi-level interactions, and specific pricing structures, including zero-price models on one side of the market. These phenomena are typically present in services offered within the digital economy, which are often provided to users free of charge. The aim of this paper is to examine how these specific features are reflected in the concept of the relevant market and how they are addressed in enforcement practice. A partial objective of the paper is to outline how this issue is approached from the perspective of the Digital Markets Act, which does not require the definition of a relevant market for its application and may therefore be regarded as a regulatory framework that complements and extends competition-law rules.

Kľúčové slová: relevantný trh, hospodárska súťaž, Akt o digitálnych trhoch, digitálne hospodárstvo, súťažné právo

Key words: relevant market, competition, Digital Markets Act, digital economy, competition law

Úvod

Problematiku inštitútu relevantného trhu možno v rámci súťažného práva označiť za kľúčovú. Definovanie relevantného trhu predstavuje jeden zo základných pilierov

súťažnoprávnej analýzy.²¹⁰ Vymedzovanie relevantného trhu je potrebné predovšetkým pri zneužívaní dominantného postavenia, ako aj pri kontrole koncentrácií, pričom parciálne je to potrebné aj pri dohodách obmedzujúcich súťaž, pokiaľ sa jedná o tzv. následkové alebo necieľové dohody, keďže pri cieľových dohodách sa vymedzovanie relevantného trhu nepredpokladá. V prostredí digitálneho hospodárstva tradičné nástroje súťažného práva, ktoré sú založené najmä na cenových testoch čelia zásadným výzvam. Digitálne platformy fungujú ako viacstranné trhy, na ktorých vznikajú tak priame ako aj nepriame sieťové efekty, viacúrovňové interakcie a špecifické cenové štruktúry, vrátane modelov s nulovou cenou na jednej strane trhu. Uvedené fenomény sú typicky prítomné pri službách poskytovaných v rámci digitálneho hospodárstva, spravidla poskytovaných používateľom bezodplatne. Z metodologického hľadiska boli skúmaniu podrobené právne akty legislatívnej a nelegislatívnej povahy zamerané na oblasť relevantných trhov a selekcia a analýza nadväzujúcej rozhodovacej praxe súťažných autorít, predovšetkým Európskej komisie. Hlavným cieľom príspevku je analyzovať, ako sa špecifiká relevantných trhov v digitálnom prostredí premietajú do konceptu relevantného trhu a ako na ne reaguje aplikačná prax. Parciálny cieľ príspevku predstavuje priblíženie uchopenia problematiky perspektívou Aktu o digitálnych trhoch, ktorý vymedzenie relevantného trhu pre jeho aplikáciu nepredpokladá, a ktorý možno označiť za nadstavbu regulácie súťažného práva.

Relevantný trh – všeobecne ku koncepcii

Definícia trhu je významným nástrojom identifikácie a vymedzenia hraníc hospodárskej súťaže medzi podnikmi. Slúži na vytvorenie rámca, v ktorom sa uplatňuje politika hospodárskej súťaže a to tak zo strany vnútroštátnych súťažných autorít, ako aj Európskej komisie. Madleňáková a kol. poukazujú na konštatovanie Werdena definujúceho pre účely politiky hospodárskej súťaže trh ako akýkoľvek produkt alebo skupinu produktov a akékoľvek geografické územie, v ktorom spoločný postup všetkých firiem (či už tajná dohoda alebo fúzia) vyústi v zisk maximalizujúcu cenu, ktorá významne prekročí konkurenčnú cenu.²¹¹

Hlavným účelom definície trhu je identifikovať systematickým spôsobom všetky súťažné bariéry, ktorým musia dotknuté podniky čeliť a vymedziť pomyselné pole pôsobenia

²¹⁰ K tomu pozri bližšie napríklad KALESNÁ, K. Relevant Market – Digital Challenges. Bratislava Law Review. 2023, roč. 7, č. 1, s. 77-88. <https://doi.org/10.46282/blr.2023.7.1.371>.

²¹¹ Madleňáková/Majerčáková/Madleňák – špecificky k digitálnym trhom a SSNIP/SSNDQ MADLEŇÁKOVÁ, L. – MAJERČÁKOVÁ, M. – MADLEŇÁK, R. Stanovenie relevantných trhov v digitálnom priestore. In Pošta, Telekomunikácie a Elektronický obchod. ISSN 1336-8281, 2025, roč. 20, č. 1, s. 32–43. <https://doi.org/10.26552/pte.C.2025.1.5>, s. 34.

podnikateľa. V našich vnútroštátnych právnych podmienkach je definícia relevantného trhu obsiahnutá v § 3 ods. 7 zákona č. 187/2021 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže (ďalej len „zákon o ochrane hospodárskej súťaže“), pričom sa ním rozumie priestorový a časový súbeh ponuky a dopytu takých tovarov, výrobkov, výkonov, prác alebo služieb, ktoré spotrebiteľ považuje na uspokojenie určitých potrieb za zhodné alebo zastupiteľné.

Zákon o ochrane hospodárskej súťaže taktiež definuje aj tovarový relevantný trh, ktorým je podľa § 3 ods. 8 zákona o ochrane hospodárskej súťaže relevantný trh, ktorý zahŕňa zhodné alebo zastupiteľné tovary schopné uspokojiť určitú potrebu spotrebiteľov, pričom zastupiteľnosť tovarov sa posudzuje najmä z hľadiska ich charakteristík, ceny a účelu použitia. Priestorovým relevantným trhom rozumieme podľa § 3 ods. 9 zákona o ochrane hospodárskej súťaže relevantný trh, ktorý je vymedzený územím, na ktorom sú súťažné podmienky také homogénne, že toto územie môže byť oddelené od ostatných území s odlišnými súťažnými podmienkami.

Z uvedeného možno abstrahovať, že ponuka a dopyt sa stretávajú v určitom čase, v určitom priestore a s určitým substrátom predstavujúcim tovary alebo služby. Kľúčové atribúty obsiahnuté v definícii relevantného trhu podľa § 3 ods. 7 zákona o ochrane hospodárskej súťaže predstavujú zhodnosť resp. zastupiteľnosť uspokojenia vybraných potrieb na strane dopytu. Práve kritérium zhodnosti, resp. zastupiteľnosti tovarov a služieb je ukazovateľom toho, či spolu dvaja, resp. viacerí podnikatelia vzájomne súperia v rámci hospodárskej súťaže. Pokiaľ plnenie, ktoré podnikatelia ponúkajú, nie je pre užívateľa zhodné, alebo zastupiteľné, podnikatelia nesúťažia na rovnakom relevantnom trhu a ponuka, ktorú vytvárajú, nepredstavuje pre užívateľov alternatívu.

Základné princípy definovania relevantného trhu

Pre účely definovania relevantného trhu podľa oznámenia Komisie²¹² rozoznávame štyri základné princípy, ktoré súťažná autorita posudzuje pri definovaní relevantného trhu. Prvým princípom je *posúdenie konkurenčných prekážok*. Podnik alebo skupina podnikov nemôže mať podstatný vplyv na prevládajúce podmienky predaja (teda napr. na ceny), ak môžu zákazníci veľmi ľahko prejsť na substitučný výrobok alebo ku iným dodávateľom na trhu.²¹³

Druhý princíp predstavuje *substitučnosť dopytu*, ktorý zahŕňa určenie škály výrobkov, ktoré spotrebiteľ vníma ako vzájomné substitúty. Jeden zo spôsobov takého určenia možno

²¹² Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva hospodárskej súťaže spoločenstva (97/C 372/03).

²¹³ Tamtiež.

chápať ako experiment, v ktorom za postulát zoberieme hypoteticky malú, stálu zmenu cien smerom nahor, pričom sa skúmajú pravdepodobné reakcie zákazníkov na túto zmenu (známy aj ako SSNIP test).²¹⁴ Podstata SSNIP testu (*Small but Significant Non-transitory Increase in Price*) spočíva v tom, že ide o ekonomický experiment, ktorého cieľom je určiť, ktoré produkty alebo služby patria do rovnakého relevantného trhu z hľadiska súťažného práva. Test vychádza z predpokladu, že ak by podnikateľ, ktorý ovláda určitý produkt alebo službu, zvýšil cenu o malé, ale významné a trvalé percento (spravidla o 5 – 10 %), je potrebné skúmať, ako by na túto zmenu reagovali spotrebitelia. Ak by v dôsledku takéhoto zvýšenia ceny značná časť spotrebiteľov prešla k iným produktom alebo službám, znamená to, že tieto substitúty treba zahrnúť do rovnakého relevantného trhu, pretože medzi nimi existuje dostatočný konkurenčný tlak. Naopak, ak by spotrebitelia pri zvýšení ceny zostali pri pôvodnom produkte, hypotetický podnikateľ by mohol získať dodatočný zisk, čo signalizuje, že daný produkt tvorí samostatný relevantný trh. SSNIP test sa teda v podstate zakladá na analýze substituovateľnosti z pohľadu dopytu a slúži ako základný nástroj na určenie hraníc produktového trhu. Aplikuje sa najmä pri posudzovaní dominantného postavenia podniku, prípadne pri skúmaní dopadov koncentrácií na hospodársku súťaž. Podstatou testu je v podstate zisťovať, pri akom okruhu produktov alebo služieb by malé, no trvalé zvýšenie ceny zostalo pre podnikateľa ziskové, pričom tento okruh následne určuje hranice relevantného trhu.

Tretím princípom je *substitučnosť ponuky*, pričom k takýmto situáciám dochádza, keď spoločnosti dodávajú na trh širokú škálu (tak kvalitatívnu, ako aj typovo pestrú) z jedného výrobku. Ak aj nie sú pre konečného spotrebiteľa alebo skupinu spotrebiteľov kvalitatívne odlišné výrobky plne zameniteľné, všetky sa zahrnú do jedného trhu výrobkov za predpokladu, že väčšina dodávateľov je schopná ponúknuť a predáť tieto kvalitatívne odlišné výrobky okamžite a bez výrazne zvýšených nákladov.²¹⁵

Posledným, štvrtým princípom je skúmanie *potenciálnej konkurencie*, ktorá sa vykonáva spravidla v neskoršom štádiu šetrenia, najčastejšie vtedy, keď už je pozícia dotknutých firiem na relevantnom trhu určená, teda vtedy, keď je pozícia zdrojom obáv z hľadiska hospodárskej súťaže.²¹⁶

²¹⁴ Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva hospodárskej súťaže spoločenstva (97/C 372/03).

²¹⁵ Tamtiež.

²¹⁶ Tamtiež.

Špecifiká relevantných trhov v digitálnom hospodárstve

V tradičnom ponímaní relevantných trhov je súťažnými autoritami skúmaná zameniteľnosť z pohľadu spotrebiteľa, homogenita územia s podmienkami konkurencie, využitie trhových podielov, cenových reakcií či elasticity dopytu. Nastoľuje sa teda otázka, v čom digitálne relevantné trhy menia pravidlá? V čom sa odlišujú od štandardných relevantných trhov mimo online prostredia, resp. mimo digitálneho hospodárstva? Prvým kľúčovým faktorom pôsobiacim ako diferenciačný determinant predstavujú nulové ceny, resp. bezodplatnosť poskytovania služieb. V online priestore je bezodplatne poskytované značné množstvo služieb, zavše možno spomenúť napríklad využívanie emailovej pošty, prehliadania a vyhľadávania informácií, poskytovanie služieb sociálnych sietí, cenových porovnávačov, či ďalšie služby v rôznych segmentoch podnikania, postavené na rozmanitých biznismových modeloch. Nie je ojedinelé, že veľké online platformy poskytujú svoje služby pre svojich používateľov bezodplatne. Monetizácia nastáva prostredníctvom zberu veľkého množstva dát, ktoré sú následne využívané napríklad na profilovanie používateľov pre účely cielenia reklamy, resp. v širšom zmysle, cielenia zobrazovaného obsahu. V tomto svetle Graef uvádza, že hoci sa dáta vo všeobecnosti považujú za nekonkurenčnú komoditu, stále môžu predstavovať konkurenčnú výhodu pre existujúcich prevádzkovateľov a vstupnú bariéru pre konkurentov a nových účastníkov v prípade, že si poskytovateľ ponecháva svoj súbor údajov pre seba a na trhu je ľahko dostupných len málo alebo žiadne náhrady.²¹⁷ Zber dát o používateľoch týchto platforiem musí byť súladný s reguláciou ochrany osobných údajov podľa zákona č. 18/2018 Z.z. zákona o ochrane osobných údajov, resp. v súlade s nariadením GDPR.²¹⁸

Pomerne zaujímavý je v tomto svetle prípad Meta vs. Bundeskartellamt, ktorý presahuje oblasť ochrany osobných údajov a hospodárskej súťaže v prostredí digitálneho hospodárstva. Nemecká súťažná autorita Bundeskartellamt začala v roku 2016 vyšetrovať Facebook pre podozrenie zo zneužívania dominantného postavenia na trhu sociálnych sietí pre súkromných používateľov v Nemecku. Podstatou bolo rozsiahle zhromažďovanie a kombinovanie osobných údajov z rôznych zdrojov, a to tak zo samotného Facebooku, ale aj jeho dcérskych služieb Instagram a WhatsApp a z webov a aplikácií tretích strán prostredníctvom Facebook Business Tools, pričom používatelia nemali reálnu možnosť takéto spracovanie údajov odmietnuť, ak

²¹⁷ GRAEF, I. Market Definition and Market Power in Data: The Case of Online Platforms. In *World Competition*. ISSN 1011-4548, 2015, roč. 38, č. 4, s. 473–506. Preprint dostupný open access: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2657732>, s. 505.

²¹⁸ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Text s významom pre EHP), Ú. v. EÚ L 119, 4.5.2016, pp. 1–88.

chceli službu využívať. Bundeskartellamt dospel k záveru, že Facebook vďaka svojej dominancii vnucoval podmienky, ktoré by v konkurenčnom prostredí neboli akceptované, čím došlo k zneužitiu dominantného postavenia prostredníctvom nevhodných a neprimeraných podmienok spracúvania osobných údajov. Bundeskartellamt skonštatoval, že uvedené porušenie GDPR môže byť v prípade podniku v dominantnom postavení zneužitím jeho dominantného postavenia.

V roku 2019 Bundeskartellamt zakázal Facebooku kombinovať údaje zo všetkých zdrojov bez skutočného, dobrovoľného súhlasu používateľa. Facebook rozhodnutie nemeckej súťažnej autority napadol na vnútroštátnom nemeckom súde v Düsseldorfe, ktorý dočasne pozastavil účinnosť rozhodnutia. Hoci potvrdil správnu definíciu relevantného trhu aj existenciu dominantného postavenia, vyjadril pochybnosti o tom, či bolo preukázané skutočné protisúťažné zhoršenie postavenia používateľov alebo konkurentov a či súťažné právo môže hodnotiť porušenia GDPR bez rizika narušenia kompetencií dozorných orgánov na ochranu osobných údajov. Vzhľadom na nejasnosti ohľadom výkladu príslušných ustanovení práva EÚ sa konajúci vnútroštátny nemecký súd rozhodol konanie zastaviť a položiť Súdnemu dvoru EÚ prejudiciálne otázky.²¹⁹ Kľúčové posudzované právne otázky možno rozčleniť do troch rovín, a to (i) či vnútroštátna súťažná autorita hospodárskej súťaže môže posudzovať resp. hodnotiť súlad s GDPR popri dozornom orgáne na ochranu osobných údajov štátu, kde má podnik hlavné sídlo, (ii) či je súhlas so spracovaním údajov slobodný, ak ide o podnik disponujúci dominantným postavením, a (iii) ako má vyzerat' spolupráca medzi súťažnými autoritami a autoritami na ochranu osobných údajov podľa zásady lojálnej spolupráce v zmysle čl. 4 ods. 3 Zmluvy o Európskej únii.

V súčasnosti je potreba synergie medzi právom na ochranu osobných údajov a súťažného práva zdôraznená práve pri digitálnych gigantoch, ktorí zbierajú veľké množstvo údajov a následne ich využívajú v rámci svojich obchodných stratégií. Celkovo ide o historicky významný prípad, ktorý otvoril otázku, do akej miery môžu problémy súvisiace so spracúvaním osobných údajov predstavovať aj problém hospodárskej súťaže. Prípad zároveň ukazuje limity tradičného súťažného práva v oblastiach, kde je trhová sila úzko prepojená s dátami, a zároveň predznamenal posun EÚ smerom k silnejšej, preventívnej regulácii veľkých digitálnych platforiem prostredníctvom Aktu o digitálnych trhoch.²²⁰ Predmetné rozhodnutie Súdneho

²¹⁹ Rozsudok Súdneho dvora EÚ zo dňa 4. júla 2023, Meta Platforms a i. (Conditions générales d'utilisation d'un réseau social), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

²²⁰ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/1925 zo 14. septembra 2022 o súťažeschopných a spravodlivých trhoch digitálneho sektora a o zmene smerníc (EÚ) 2019/1937 a (EÚ) 2020/1828 (akt o digitálnych trhoch), Ú. v. EÚ L 265, 12.10.2022, pp. 1–66.

dvora EÚ rezonovalo aj v otázkach ochrany osobných údajov, avšak s ohľadom na zameranie tohto príspevku je kľúčovým práve záver týkajúci sa súťažného práva konštatujúc, že *s výhradou dodržania povinnosti lojálnej spolupráce s dozornými orgánmi môže orgán na ochranu hospodárskej súťaže členského štátu v rámci preskúmania, či došlo k zneužitiu dominantného postavenia podnikom v zmysle článku 102 ZFEÚ, konštatovať, že všeobecné podmienky používania vypracované týmto podnikom a týkajúce sa spracúvania osobných údajov a ich vykonávanie nie sú v súlade s týmto nariadením, ak je toto konštatovanie potrebné na preukázanie existencie takéhoto zneužitia.*²²¹

Ďalším faktorom opodstatňujúcim špecifickosť relevantných trhov v online priestore je povaha týchto subjektov, a teda že ide o viacstranné platformy, v rámci ktorých sú prepojené skupiny rôzne skupiny užívateľov, ktoré sledujú rôzne ciele a záujmy a ide predovšetkým o inzerentov, používateľov a obchodníkov. Nesporný význam majú aj tzv. sieťové efekty platforiem, ktoré zapríčiňujú, že hodnota služby rastie s počtom jej užívateľov. V neposlednom rade je pri digitálnych platformách typické, že ide o digitálne ekosystémy, v rámci ktorých sú jednotlivé služby navzájom prepojené, čo umožňuje jednak prepájanie dát generovaných pri užívaní týchto služieb, čo súčasne užívateľovi poskytuje určitú formu užívateľského komfortu, napríklad so zreteľom na podobnosť užívateľského rozhrania, prípadne možnosti vzájomného prepojenia účtov v rôznych službách.

Praktické implikácie vymedzovania relevantných trhov v digitálnom hospodárstve

Skutočnosť, že produkt sa dodáva za nulovú cenu, prípadne za zápornú cenu neznamená, že pre tento produkt neexistuje žiadny relevantný trh. Postup pri vymedzovaní tradičných relevantných trhov vymedzuje Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva hospodárskej súťaže spoločenstva,²²² ktoré ozrejmuje základné kontúry konceptu relevantného trhu, princípy pre jeho definovanie, kľúčové posudzované atribúty a čiastočne (na niektorých miestach) príkladmo ilustruje postup pre konkrétny trh. V roku 2024 bolo vydané Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva Únie v oblasti hospodárskej

²²¹ Rozsudok Súdneho dvora EÚ zo dňa 4. júla 2023, Meta Platforms a i. (Conditions générales d'utilisation d'un réseau social), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

²²² Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva hospodárskej súťaže spoločenstva (97/C 372/03).

súťaže, ²²³ ktorým bolo pôvodné Oznámenie Komisie revidované, pričom pôvodnú verziu je stále možno považovať na vymedzené účely za relevantné.²²⁴

Nové Oznámenie Komisie reflektuje na digitálne fenomény predovšetkým so zreteľom na definíciu trhu v prípade mnohostranných platforiem a definíciu trhu v prípade následných trhov, balíkov a digitálnych ekosystémov. Mnohostranné platformy podporujú interakcie medzi rôznymi skupinami používateľov a vytvárajú situáciu, v ktorej dopyt jednej skupiny používateľov vplyva na dopyt ostatných skupín. V rámci digitálneho hospodárstva sú prítomné tak priame ako aj nepriame sieťové účinky. Priame aj nepriame sieťové účinky patria medzi zásadné javy, ktoré ovplyvňujú správanie digitálnych platforiem a zásadným spôsobom vplývajú na analýzu relevantného trhu, trhovej sily a možného zneužitia dominantného postavenia v súťažnom práve. Priame sieťové účinky vznikajú vtedy, keď hodnota služby rastie priamo úmerne s počtom používateľov tej istej skupiny. Ako príklad možno uviesť sociálnu sieť, a teda čím viac ľudí používa napríklad Facebook alebo LinkedIn, tým atraktívnejšie sú pre ďalších používateľov, pretože každá nová osoba zvyšuje potenciál interakcie, komunikácie či zdieľania obsahu. V súťažnoprávnom kontexte to znamená, že rast platformy má samoposilňovací charakter, ktorý môže vytvárať vysoké bariéry vstupu pre nových konkurentov. Nová platforma s menšou používateľskou základňou je menej hodnotná, čo sťažuje efektívnu konkurenciu voči už etablovaným hráčom. Priame sieťové efekty tak môžu podporovať dynamiku, pri ktorej platforma s dominantným postavením ešte viac upevňuje svoje postavenie.

Nepriame sieťové účinky sú typické pre viacstranné trhy (tzv. multisided platforms) a vznikajú medzi dvoma alebo viacerými odlišnými skupinami používateľov, ktoré sa navzájom podmieňujú. Klasickým príkladom je platforma sprostredkujúca reklamu, ako Google alebo Meta, čím viac koncových používateľov platforma má, tým hodnotnejšia je pre inzerentov. Zároveň čím viac inzerentov je aktívnych, tým viac obsahov či služieb môže byť financovaných a poskytovaných zadarmo koncovým používateľom. Tento mechanizmus vytvára špirálovitý nárast hodnoty naprieč stranami trhu. V súťažnom práve sú nepriame sieťové efekty osobitne dôležité pri posudzovaní trhovej sily, pretože trhový tlak nemusí byť viditeľný na jednej strane platformy, ale prejavuje sa naprieč celou ekosystémovou štruktúrou. Uvedené fenomény zvyšujú bariéry vstupu, podporujú uzamknutie používateľov a umožňujú platforme pôsobiť ako

²²³ Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva Únie v oblasti hospodárskej súťaže (C/2024/1645).

²²⁴ Rovnako poukazujeme aj na užitočný dokument z pera OECD. Practical approaches to assessing digital platform markets for competition law enforcement. In OECD Competition Policy Roundtables, No. 234. Paris: OECD Publishing, 2019. <https://doi.org/10.1787/938ffd20-en>.

strážcovi prístupu na trh. Pri posudzovaní dominancie podľa článku 102 ZFEÚ alebo v rozhodovacej praxi Komisie možno sieťové účinky považovať za kľúčový faktor trhovej sily digitálnych platforiem.

V uvedených prípadoch sú zvlášť relevantné necenové parametre. V prostredí digitálneho hospodárstva je použitie SSNIP testu problematické, pretože mnohé služby sú poskytované bezodplatne. Alternatívou k SSNIP testu môže predstavovať posúdenie zmeny správania zákazníkov produktu s nulovou cenou v reakcii na malé, ale významné neprechodné zníženie kvality (SSNDQ - *Small but Significant Non-transitory Decrease in Quality*).²²⁵ Komisia sa zameriava na faktory, ako sú funkcie výrobku, zamýšľané použitie, dôkazy o minulej alebo hypotetickej substitúcii, prekážky alebo náklady spojené s preorientovaním sa, ako je napríklad interoperabilita s inými produktmi, či prenosnosť údajov. Uvedený test sleduje, ako by spotrebitelia reagovali na zníženie kvality, ochrany súkromia či funkčnosti digitálnej služby. Podstata SSNIP testu spočíva v zisťovaní, či je trhové zvýšenie ceny ziskové, a teda či existuje alebo neexistuje dostatočná substitúcia, ktorá by takýto krok znemožnila.

Stručne k rozhodovacej praxi súťažných autorít

V rozhodovacej praxi Európskej komisie rezonujú z hľadiska vymedzovania relevantného trhu v rámci služieb poskytovaných bezodplatne viaceré prípady. Selekcia prípadov spočívala v ich signifikancii so zreteľom na skúmanie alternatívnych atribútov, špecifických pre digitálne hospodárstvo. V rámci prípadu Google Search (Shopping)²²⁶ Komisia rozlíšila dva odlišné trhy a to trh všeobecných vyhľadávacích služieb a trh porovnávačov cien. Keďže ide o službu s nulovou cenou posudzované boli faktory predstavujúce relevanciu výsledkov, rýchlosť vyhľadávania, atraktivnosť užívateľského rozhrania a hĺbka prehľadávania webu. Komisia taktiež zohľadnila funkčnú špecializáciu digitálnych služieb a rôzne štádiá užívateľského dopytu.

V prípade Facebook - Meta Marketplace²²⁷ Komisia identifikovala trh sociálnych sietí a trh online inzercie na sociálnych sieťach ako oddelené, ale vzájomne prepojené trhy. Pri posudzovaní sa zamerala na necenové parametre, ktoré predstavovali dáta, pozornosť používateľov a súkromie, ako faktory substituovateľnosti. Komisia uznala, že trhová sila v digitálnom prostredí sa neprejavuje v cenách, ale v kontrole dát a pozornosti používateľov.

²²⁵ K načrtnutej problematike pozri bližšie aj PATAKYOVÁ, M. T. Competition Law in Digital Era – How to Define the Relevant Market? In: 4th International Scientific Conference – EMAN 2020 – *Economics and Management: How to Cope With Disrupted Times*, 2020, s. 171-177.

²²⁶ Rozhodnutie Komisie C(2017) 4444 final, vec AT.39740 (Google Search / Comparison Shopping Service).

²²⁷ Rozhodnutie Komisie C(2024) 4487 final, vec AT.40628 (Facebook Marketplace).

Relevantné trhy perspektívou Aktu o digitálnych trhoch

Zákonodarca zvolil v prípade Aktu o digitálnych trhoch iný regulačný prístup, aký bádame pri tradičných inštitútoch súťažného práva. Súťažné právo je stavané na princípe *ex post* a teda následného postihovania protisúťažných praktík. Akt o digitálnych trhoch obsahuje katalóg relatívne konkrétnych povinností a zákazov smerovaných na skupinu subjektov spadajúcich pod kvantitatívne a kvalitatívne parametre ohraničujúce množinu strážcov prístupu. Keď je subjekt spôsobilý spadať do kategórie strážcu prístupu, pravidlá sa naňho vzťahujú automaticky. Nie je preto potrebné definovať relevantný trh ani skúmať, či subjekt disponuje na danom relevantnom trhu dominantným postavením resp. či sa dopustil jeho zneužitia. Rovnako tak, niektoré veľké online platformy nemusia nutne disponovať dominantným postavením v súťažnoprávnom ponímaní, avšak ich praktiky môžu mať výrazne negatívne dopady pre konkrétny trh. S ohľadom na synergiu medzi ochranou osobných údajov a súťažného práva, na ktorú poukazuje vyššie pri prípade *Meta vs. Bundeskartellamt*, Akt o digitálnych trhoch napríklad v čl. 5 ods. 2 písm. b) výslovne zakazuje strážcom prístupu kombinovať osobné údaje z rôznych služieb bez súhlasu používateľa v zmysle článku 4 bodu 11 a článku 7 nariadenia (EÚ) 2016/679.

Záver

Digitálne hospodárstvo zásadne spochybňuje tradičné prístupy k určovaniu relevantného trhu, ktoré boli pôvodne koncipované pre offline prostredie s vymedzenými cenami, homogénnymi produktmi a jednostrannými trhovými vzťahmi. Online platformy fungujú na princípoch komplexných mnohostranných ekosystémom, ktoré prepájajú rôzne skupiny používateľov, operujú s nulovými či zápornými cenami, generujú rozsiahle priame aj nepriame sieťové efekty a využívajú dáta ako kľúčový zdroj trhovej sily. Tieto faktory spôsobujú, že tradičné nástroje pre vymedzovanie relevantných trhov v rámci digitálneho hospodárstva, ako napríklad popisovaný SSNIP test sa stávajú v digitálnom prostredí len obmedzene použiteľnými a je potrebné sa zamerať najmä na necenové parametre, kvalitatívne ukazovatele a dynamické väzby v ekosystémoch platforiem. Aplikačná prax ukazuje posun smerom k komplexnejšiemu posudzovaniu funkčnosti služieb, dátových tokov, súkromia, interoperability a správania používateľov. V súčasnosti disponujeme aj právnu úpravou špecificky reflektujúcou na osobitosti online prostredia v kontexte hospodárskej súťaže v podobe Aktu o digitálnych trhoch. Predmetné nariadenie predstavuje katalóg povinností resp. zakázaných konaní uplatňovaných *ex ante* bez potreby definovania relevantného trhu či skúmania, či je možné praktiky subsumovať predovšetkým pod zneužívanie dominantného

postavenia. So zreteľom na uvedené je nutné konštatovať, že definovanie relevantného trhu v digitálnom hospodárstve zostáva nevyhnutným, no metodicky náročným krokom. Vyžaduje širší a flexibilnejší pohľad, ktorý zohľadňuje viacstrannosť platforiem, význam dát, sieťové efekty a či rôzne ďalšie faktory príznačné pre digitálne hospodárstvo. Pri nástrojoch využívaných pre vymedzovanie relevantných trhov v rámci digitálneho hospodárstva akým je napríklad SSNNIP test evidujeme alternatívy aplikovateľné aj pri bezodplatných službách s nulovou cenou, resp. zápornou cenou akým je SSNDQ test. Súťažné právo slúžilo a aj doposiaľ slúži na postihovanie sofistikovaných praktík online platforiem bez ohľadu na skutočnosť, že ide o konanie vo virtuálnom priestore. Úlohu Aktu o digitálnych trhoch preto možno vo vzťahu k súťažnému právu vnímať skôr ako suplementárnu.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. GRAEF, I. Market Definition and Market Power in Data: The Case of Online Platforms. In World Competition. ISSN 1011-4548, 2015, roč. 38, č. 4, s. 473–506. Preprint dostupný open access: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2657732>, s. 505
2. KALESNÁ, K. Relevant Market – Digital Challenges. Bratislava Law Review. 2023, roč. 7, č. 1, s. 77-88. <https://doi.org/10.46282/blr.2023.7.1.371>
3. MADLEŇÁKOVÁ, L. – MAJERČÁKOVÁ, M. – MADLEŇÁK, R. Stanovenie relevantných trhov v digitálnom priestore. In Pošta, Telekomunikácie a Elektronický obchod. ISSN 1336-8281, 2025, roč. 20, č. 1, s. 32–43. <https://doi.org/10.26552/pte.C.2025.1.5>, s. 34
4. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Text s významom pre EHP), Ú. v. EÚ L 119, 4.5.2016, pp. 1–88
5. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/1925 zo 14. septembra 2022 o súťažeschopných a spravodlivých trhoch digitálneho sektora a o zmene smerníc (EÚ) 2019/1937 a (EÚ) 2020/1828 (akt o digitálnych trhoch), Ú. v. EÚ L 265, 12.10.2022, pp. 1–66
6. OECD. Practical approaches to assessing digital platform markets for competition law enforcement. In OECD Competition Policy Roundtables, No. 234. Paris: OECD Publishing, 2019. <https://doi.org/10.1787/938ffd20-en>
7. Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva hospodárskej súťaže spoločenstva (97/C 372/03)

8. Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva Únie v oblasti hospodárskej súťaže (C/2024/1645)
9. PATAKYOVÁ, M. T. Competition Law in Digital Era – How to Define the Relevant Market? In: 4th International Scientific Conference – EMAN 2020 – Economics and Management: How to Cope With Disrupted Times, 2020, s. 171-177.
10. Rozhodnutie Komisie C(2017) 4444 final, vec AT.39740 (Google Search / Comparison Shopping Service)
11. Rozhodnutie Komisie C(2024) 4487 final, vec AT.40628 (Facebook Marketplace)
12. Rozsudok Súdneho dvora EÚ zo dňa 04. júla 2023, Meta Platforms a i. (Conditions générales d'utilisation d'un réseau social), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537

OCHRANA SPOTREBITEĽA Z POHLADU FINANČNÝCH PODVODOV, KYBERNETICKEJ BEZPEČNOSTI A DEEPFAKE TECHNOLÓGIÍ²²⁸

JUDr. Matej Smalik, PhD.

Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta

matej.smalik@uniba.sk

Abstrakt

Digitálne trhy prinášajú spotrebiteľom nové možnosti, no zároveň ich vystavujú hrozbám v podobe finančných podvodov a zneužívania moderných technológií. Článok analyzuje ochranu spotrebiteľa voči kybernetickým podvodom, vrátane fenoménu deepfake, z právneho aj ekonomického hľadiska. Predstavuje teoretické východiská a aktuálny právny rámec EÚ a SR, mapuje trendy v kybernetickej kriminalite (phishing, podvodné e-shopy, klonovanie hlasu) a dopady týchto hrozieb na ekonomiku a v závere navrhuje opatrenia ako je posilnenie autentifikácie a označovanie syntetického obsahu až po zvýšenie zodpovednosti platobných inštitúcií a edukácie spotrebiteľov.

Abstract

Digital markets bring new opportunities to consumers, but at the same time expose them to threats in the form of financial fraud and abuse of modern technologies. The article analyzes consumer protection against cyber fraud, including the deepfake phenomenon, from both a legal and economic perspective. It presents theoretical foundations and the current legal framework of the EÚ and the Slovak Republic, maps trends in cybercrime (phishing, fraudulent e-shops, voice cloning) and the impacts of these threats on the economy, and finally proposes measures such as strengthening authentication and labeling of synthetic content, as well as increasing the responsibility of payment institutions and consumer education.

Kľúčové slová: spotrebiteľ, finančný podvod, deepfake, kybernetická kriminalita

Key words: consumer, financial fraud, deepfake, cybercrime

Úvod

Rýchla digitalizácia obchodu priniesla spotrebiteľom nielen nové možnosti nákupu a finančných služieb, ale aj nové riziká. Online prostredie sa stalo živnou pôdou pre rôzne formy podvodov, či už phishingové útoky cez podvodné e-shopy až po sofistikované sociálne inžinierstvo zamerané na vylákание peňazí či údajov. V posledných rokoch sa objavili aj

²²⁸ Financované EÚ NextGenerationEU prostredníctvom Plánu obnovy a odolnosti SR v rámci projektu č. 17R05-04-V01-00002 (Kompetenčné centrum pre reguláciu kybernetickej bezpečnosti, ochrany súkromia a kybernetickej kriminality)

deepfake technológie, ktoré využívajú umelú inteligenciu na vytváranie falošného audiovizuálneho obsahu. Tie otvárajú ďalšiu kapitolu hrozieb pre spotrebiteľov, keďže umožňujú napríklad klonovať hlas alebo tvár a zneužiť tak dôveru obete novými spôsobmi.²²⁹

Problém ochrany spotrebiteľa v digitálnych trhoch je preto multidisciplinárny a zahŕňa právne, technologické aj ekonomické výzvy. V rámci článku sa chceme zaoberať tým, aké sú hlavné aktuálne hrozby v oblasti finančných podvodov a kybernetickej bezpečnosti, ktorým čelia spotrebiteľia v online prostredí, a akú úlohu medzi nimi zohrávajú nové technológie ako deepfake. Taktiež sa zamýšľame nakoľko sú existujúce právne rámce Európskej únie a Slovenskej republiky efektívne pri ochrane spotrebiteľa pred týmito hrozbami a aké ekonomické dopady majú tieto podvody a útoky na spotrebiteľov, obchodníkov, poskytovateľov služieb a spoločnosť. Za účelom preverenia týchto otázok a tém analyzujeme platné právne predpisy, odborné správy a štatistiky, ako aj konkrétne prípady incidentov, teda o kombináciu právnej analýzy s deskriptívnou analýzou empirických dát.

Ochrana spotrebiteľa v online prostredí je založená na princípe, že spotrebiteľia by mali mať podobnú mieru ochrany a právnej istoty ako v prípade “kamenných prevádzok”, digitálne transakcie však prinášajú nové typy rizík a to najmä v oblasti kybernetickej bezpečnosti. Podľa definície zahŕňa kybernetická bezpečnosť ochranu sietí, informačných systémov a ich užívateľov pred incidentmi, ktoré by mohli ohroziť dostupnosť, integritu či dôvernosť údajov²³⁰. Medzi ďalšie kľúčové pojmy patrí phishing, ktorým rozumieme podvodné získavanie citlivých údajov (napr. hesiel či údajov o platobných kartách) prostredníctvom falošných e-mailov alebo webstránok a vishing a smishing, ktoré predstavujú podobné útoky realizované cez telefón alebo SMS. Na spotrebiteľa tiež mieria podvodné e-shopy, t.j. falošné internetové obchody, ktoré od spotrebiteľa vylákajú platbu, ale tovar nedodajú alebo tzv. investičné scamy, ktoré predstavujú podvodné investičné ponuky vrátane investovania do kryptomien²³¹.

Osobitným fenoménom sú pre účely článku deepfake technológie. Pojem deepfake označuje zavádzajúci, neautentický audiovizuálny obsah vytvorený pomocou umelej

²²⁹ „Nemáme nič proti zábave, tvrdí polícia. Napriek tomu preveruje satirické AI video o politikoch“, [cit. 05.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://infosecurity.sk/articles/nemame-nic-proti-zabave-tvrdi-policia-napriek-tomu-preveruje-satiricke-ai-video-o-politikoch/>.

²³⁰ Článok 2 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/881 zo 17. apríla 2019 o agentúre ENISA (Agentúra Európskej únie pre kybernetickú bezpečnosť) a o certifikácii kybernetickej bezpečnosti informačných a komunikačných technológií a o zrušení nariadenia (EÚ) č. 526/2013 (akt o kybernetickej bezpečnosti).

²³¹ Tieto praktiky podľa názoru autora často spadajú pod trestný čin podvodu podľa § 221 slovenského Trestného zákona.

inteligencie, ako je napríklad video alebo audio záznam, ktorý veľmi verne imituje tvár či hlas reálnej osoby²³², hoci ide o podvod. Kvalitné deepfake dokážu s vysokou presnosťou manipulovať vizuál či hlas, čím stierajú hranice medzi autenticitou a klamstvom a aj keď pôvodne boli deepfakes známe najmä z oblasti internetových hoaxov, dnes nachádzajú uplatnenie aj v podvodnej činnosti, ako je napríklad imitácia hlasu bankára alebo príbuzného s cieľom vylákať od obete peniaze. Teoretickým rizikom spojeným s deepfake je aj fenomén tzv. „liar’s dividend“, čo predstavuje možnosť ľahko spochybníť pravosť skutočných záberov a tým podkopať dôveru v legítimne dôkazy.

Právny rámec ochrany spotrebiteľa

Kľúčovým predpisom v oblasti ochrany spotrebiteľa je nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES (ďalej len “akt o digitálnych službách”), ktorý zavádza povinnosti pre online platformy a trhoviská s cieľom zvýšiť bezpečnosť online prostredia a predchádzať podvodom. Akt o digitálnych službách napríklad vyžaduje od poskytovateľov online trhovísk, aby identifikovali a overovali svojich obchodníkov (tzv. know your business customer povinnosť) a aby odstránili nelegálny či podvodný obsah alebo ponuky. Online trhoviská taktiež musia informovať spotrebiteľov, ak zistia, že si kúpili nelegálny produkt. Spolu s nariadením Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/1925 zo 14. septembra 2022 o súťažeschopných a spravodlivých trhoch digitálneho sektora a o zmene smerníc (EÚ) 2019/1937 a (EÚ) 2020/1828 upravujúcim veľké platformy sa posilňuje férovosť digitálnych trhov, čo nepriamo vplýva aj na postavenie spotrebiteľov. Súhlasím s Filičkom, že z hľadiska prístupu k regulácii zmluvných vzťahov týkajúcich sa digitálneho plnenia sa popri univerzálnom prístupe, ktorý bol zvolený zo strany EÚ objavujú aj návrhy na sektorovo špecifickú reguláciu online trhu, keďže spotrebiteľia čelia rôznym rizikám a majú odlišné potreby v závislosti od konkrétnych trhov, ako sú sociálne médiá, streamovacie platformy či cloudové služby²³³.

V oblasti ochrany pred platobnými podvodmi je zásadná smernica PSD2 o platobných službách, ktorá bola transponovaná do slovenského zákona o platobných službách. PSD2 zaviedla povinnosť silnej zákaznickej autentifikácie (Strong Customer Authentication, SCA) pri elektronických platbách, čím sa výrazne obmedzilo riziko zneužitia platobných kariet či

²³² KIETZMANN, J. a kol. Deepfakes: Trick or treat? Business Horizons. 2020, Vol. 63, No. 2, s. 136.

²³³ FILIČKO, V. Vec/Tovar s digitálnymi prvkami a spotrebiteľské zmluvy s digitálnym plnením. In STUDIA IURIDICA Cassoviensia ISSN 1339-3995, Vol. 13.2025, No.2, s.23.

účtov. Zároveň stanovuje pravidlá zodpovednosti za neautorizované transakcie a spotrebiteľ spravidla nezodpovedá za neautorizovanú platbu nad 50 eur (ak nejednal podvodne alebo hrubo nedbanlivo). Aktuálnou novinkou je pripravovaný balík PSD3/PSR, teda nová smernica PSD3 a priamo účinné nariadenie o platobných službách (Payment Services Regulation), ktoré reflektujú nárast sofistikovaných podvodov. PSD3 je pripravovaná smernica EÚ o platobných službách, ktorá zavedie novú silu do finančných predpisov tým, že zavedie systémové zmeny v oblasti predchádzania podvodom, overovania totožnosti zákazníkov a otvoreného bankovníctva. Jej cieľom je posilniť bezpečnosť a hospodársku súťaž v ekosystéme digitálnych platieb prostredníctvom kombinácie smernice (PSD3) a priamo uplatniteľného nariadenia o platobných službách (PSR). Očakáva sa, že nové nariadenia nadobudnú účinnosť okolo roku 2026 alebo 2027. Návrh má v úmysle posilniť postavenie spotrebiteľa tým, že ukladá poskytovateľom platobných služieb povinnosť refundovať obeť podvodu, vrátane podvodov, pri ktorých spotrebiteľ sám autorizoval platbu v omyle (napr. na základe vylákania podvodníkom), čím PSR reaguje na fenomén tzv. APP fraud (authorized push payment fraud).

Čo sa týka kybernetickej bezpečnosti, od roku 2024 je v EÚ v platnosti prelomová smernica NIS2 (EÚ) 2022/2555, ktorá nahradila pôvodnú NIS1. NIS2 kladie dôraz na dosiahnutie vysokej spoločnej úrovne kybernetickej bezpečnosti naprieč členskými štátmi a rozširuje okruh povinných subjektov, kedy sa povinnosti riadenia kybernetických rizík a ohlasovania incidentov vzťahujú nielen na tradične kritické odvetvia (energia, doprava, financie, zdravotníctvo), ale aj na digitálne služby ako sú online platformy a sociálne siete, verejnú správu či výrobcov kritických produktov. NIS2 tak nepriamo chráni spotrebiteľov tým, že núti podniky lepšie zabezpečiť systémy pred útokmi, pričom za nedodržanie povinností hrozia podnikom značné finančné sankcie. Celkovo možno právny rámec charakterizovať ako rýchlo sa vyvíjajúci. EÚ reaguje na nové hrozby (AI, okamžité platby) a snaží sa predchádzať škodám posilnením zodpovednosti spoločností a aj práv spotrebiteľov, dôležité ale bude dôsledné presadzovanie týchto pravidiel v praxi²³⁴.

AI Act a deepfake vo vzťahu k transparentnosti a ochrane spotrebiteľa

Práv zmienka o deepfakes v európskej legislatíve sa objavila v Kódexe zásad boja proti dezinformáciám z roku 2022, ktorý deepfakes spomína v súvislosti s manipulatívnym obsahom vytvoreným AI. Deepfakes sú nezákonným obsahom vtedy, keď vyobrazujú

²³⁴ MACKO, L. Zodpovednosť za použitie a zdieľanie digitálneho obsahu na internete. Bratislava: C.H.Beck, 2024, s. 25.

explicitne protiprávny obsah, typicky detskú pornografiu alebo obsah podporujúci terorizmus, alebo v prípadoch, keď zasahujú do autorskoprávnej ochrany či osobnostných práv²³⁵. Európska únia následne reagovala na nástup AI prijatím komplexného Aktu o umelej inteligencii (AI Act), nariadenia (EÚ) 2024/1689, ktoré bolo schválené v júni 2024 a platné od 1. augusta 2024. AI Act primárne zavádza reguláciu vývoja a používania AI systémov podľa rizikovosti, no obsahuje aj ustanovenia priamo zamerané na ochranu spotrebiteľov pred tzv. deepfake obsahom. Konkrétne článok 50 AI Act stanovuje povinnosti transparentnosti: poskytovatelia AI systémov generujúcich syntetický obraz, zvuk, video či text musia zabezpečiť, že výstupy AI budú označené detekovateľným spôsobom (napríklad vložením digitálneho watermarku²³⁶ alebo metadát) tak, aby sa dalo zistiť, že obsah bol vygenerovaný alebo upravený umelou inteligenciou. Zároveň nasadzovatelia (tí, čo systém využijú a zverejnia obsah) musia divákovi alebo poslucháčovi zrozumiteľne oznámiť, že daný obraz, video či audio obsah je umelo vytvorený alebo upravený. Táto povinnosť sa vzťahuje najmä na tzv. deepfakes, pričom AI Act ich definuje ako syntetické multimédiá (obraz, zvuk, video) zobrazujúce existujúce osoby, objekty, miesta či udalosti, ktoré by sa príjemcovi mohli javiť ako autentické alebo pravdivé. Výnimky z uvedených povinností sú úzko vymedzené a neplatia pre použitie AI, ktoré je zo zákona autorizované na účely presadzovania práva (napríklad pri kriminalistickom vyšetrovaní). V prípade obsahu, ktorý je zjavne umeleckým, kreatívnym, satirickým či fiktívnym dielom, ostáva síce povinnosť upozorniť na umelý pôvod, avšak postačuje oznámiť existenciu syntetického prvku vhodným spôsobom, ktorý nenaruší umelecký zámer ani zážitok publika. Podobne sa vyžaduje označenie aj pri AI-generovanom texte publikovanom ako správa vo verejnom záujme, ak neprešiel redakčnou kontrolou človeka. Tieto transparentnostné opatrenia reagujú na riziká, ktoré deepfake technológia prináša, najmä masové šírenie vierohodných syntetických médií totiž ohrozuje integritu informačného prostredia a dôveru spotrebiteľov, keďže umožňuje nové formy dezinformácie, podvodov či vydávania sa za iné osoby. Povinné označovanie AI obsahu preto posilňuje ochranu spotrebiteľa tým, že uľahčí odhalenie podvrhnutých médií a predíde uvádzaniu verejnosti do omylu. AI Act tak predstavuje prvý ucelený právny rámec pre problematiku deepfake v EÚ. Celkovo AI Act prináša preventívny mechanizmus: požiadavka transparentnosti reaguje na hrozby deepfake tým, že stanovuje jasné povinnosti pre tvorcov i užívateľov AI obsahu a poskytuje orgánom nástroje na

²³⁵ MIZEROVÁ, T. Právo versus deepfakes In ACTA UNIVERSITATIS CAROLINAE – IURIDICA 2, 2025, s. 124, ISSN 2336-6478.

²³⁶ BAČÁROVÁ, R. Impact of artificial intelligence on the single market for digital content In ACTA UNIVERSITATIS CAROLINAE – IURIDICA 2, 2025, s. 176, ISSN 2336-6478.

kontrolu a vynucovanie týchto pravidiel v záujme ochrany verejnosti a spotrebiteľov. Slovenský právny rámec v súčasnosti neobsahuje žiadnu špecifickú úpravu zameranú na deepfake technológie. Neoprávnené či škodlivé použitie deepfaku by sa preto posudzovalo podľa všeobecných ustanovení a to v závislosti od povahy skutku napríklad ako trestný čin podvodu, vydierania, poškodzovania cudzích práv či ohovárania, resp. pri menej závažných prípadoch ako priestupok proti občianskemu spolunažívaniu (ak ide o urážku či hanobenie osoby). Táto nepriamá aplikácia však nie je ideálna, keďže platná legislatíva nerieši špecifiká deepfake fenoménu

Aj preto bol v októbri 2025 predložený poslanecký návrh zákona (iniciatíva poslancov KDH), ktorý má vytvoriť ucelený právny rámec pre deepfake na Slovensku. Predkladaný návrh zákona reaguje na nástup novej technologickej éry definovanej umelou inteligenciou (AI), ktorá predstavuje jednu z najvýznamnejších transformačných síl súčasnosti. Táto technológia prehĺbuje existujúci problém tzv. „dohľadového kapitalizmu“, kde algoritmy na online platformách zbierajú obrovské množstvo dát o ľudskom správaní a využívajú ich na sofistikované ovplyvňovanie a manipuláciu maximalizujúcu emocionálny dopad. Technológia deepfake v kombinácii s možnosťou generovať milióny falošných online identít (tzv. armády botov) predstavuje priamu hrozbu pre integritu verejnej diskusie a demokratických procesov. V tejto súvislosti je nevyhnutné legislatívne ukotviť „právo na mentálnu bezpečnosť“ a právo občana žiť v prevažne pravdivom informačnom prostredí, ktoré je dnes extrémne zraniteľné. Súčasná právna úprava v Slovenskej republike neposkytuje dostatočne cielenú a efektívnu ochranu proti týmto novým hrozbám. Obzvlášť alarmujúca je situácia v oblasti zneužitia ľudskej podoby na tvorbu neoprávneného pornografického materiálu. Štúdie ukazujú, že drvivá väčšina deepfake obsahu na internete je pornografická, pričom v 99 % prípadov zobrazuje ženy. V prípade tzv. „revenge porn“ vytvoreného pomocou deepfake sú existujúce skutkové podstaty, ako ohováranie či poškodzovanie cudzích práv, nedostatočné a neposkytujú komplexnú ochranu. Preto existuje akútna spoločenská potreba zaviesť novú, špeciálnu skutkovú podstatu, ktorá by explicitne kriminalizovala nielen šírenie, ale už samotnú výrobu takéhoto materiálu bez súhlasu zobrazenej osoby. Pri tvorbe tohto návrhu sa inšpirovali priekopníckym legislatívnym prístupom Dánskeho kráľovstva, ktoré ako prvé v Európe navrhlo novelu zákona o autorských právach s cieľom zaručiť občanom právo na ich vlastné telo, hlas a črty tváre. Ako uviedol dánsky minister kultúry, „ľudské bytosti možno prehnať cez digitálne kopírovacie zariadenie a zneužiť ich na najrôznejšie účely a ja to nie som ochotný akceptovať“. Cieľom navrhovanej úpravy je vytvoriť komplexný právny rámec, ktorý explicitne zakotví právo na ochranu digitálnej identity v Občianskom zákonníku, zavedie cielenú administratívnoprávnu

zodpovednosť a trestnoprávnú zodpovednosť za vytváranie a šírenie škodlivého deepfake obsahu v Zákone o priestupkoch a Trestnom zákone a zabezpečí rýchlu a účinnú vymožitelnosť práv poškodených osôb prostredníctvom úpravy Civilného sporového poriadku a zavedením zodpovednosti online platforiem.

Druhy podvodov na spotrebiteľoch

Digitálne podvody voči spotrebiteľom majú množstvo foriem a ich spoločným menovateľom je snaha vylákať peniaze alebo citlivé údaje od obete, často kombináciou technických trikov a sociálneho inžinierstva. Typológia týchto podvodov zahŕňa najmä nasledovné typy podvodov:

- *Phishing* (podvodné e-maily a weby vydávajúce sa za dôveryhodné inštitúcie),
- *Vishing* (telefonické hovory od podvodníka predstierajúceho napr. bankového úradníka či policajta),
- *Smishing* (SMS správy s podvodným obsahom alebo odkazom),
- *Farming* (presmerovanie na falošné webstránky, často cez infikovaný počítač),
- Podvody na online bazároch a sociálnych sieťach (inzertné podvody, falošné súťaže, atď.),
- Podvodné e-shopy
- *CEO fraud/Business Email Compromise* (útočník sa vydáva za riaditeľa firmy a žiada zamestnanca o prevod peňazí),
- *Investment scams* (falošné investície, pyramídové hry, krypto-podvody),
- *Romance scams* (podvody cez zoznamky, citové vydieranie za peniaze).

Dostupné dáta naznačujú, že finančných podvodov v online prostredí pribúda a sú čoraz sofistikovanejšie. Napríklad slovenské banky zaznamenali v 1. polroku 2023 celkovo 7478 podvodných transakcií z úhrad, kedy ich objem dosiahol 12 miliónov eur a priemerná výška preto bola 1 610 eur. Informovala o tom Slovenská banková asociácia²³⁷. Podľa Slovenskej bankovej asociácie je z hľadiska početnosti útokov na Slovensku stále najrozšírenejší phishing, kým z hľadiska celkových finančných strát dominujú podvody spojené s investíciami do kryptomien, čo naznačuje, že mnoho ľudí naletí na masové phishingové kampane s menšími sumami, no pár veľkých investičných podvodov spôsobí najväčšie škody. O prudkom náraste podvodov svedčia aj údaje z bánk, kedy napríklad VÚB uvádza, že za posledné 3 roky sa ročný objem podvodov s platobnými kartami zdvojnásobil a objem podvodov v online bankovníctve

²³⁷ Zdroj [cit 6.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://www.finsider.sk/ucty/podvodnici-sa-coraz-castejsie-zameriavaju-na-banky-najvacsim-bezpecnostnym-rizikom-je-samotny-klient/>.

v roku 2022 stúpol až šesťnásobne oproti 2021. Priemerná suma úspešnej podvodnej transakcie kartou vo VÚB stúpila z 368 € (2021) na 514 € (2022), a pri internet bankingu z 1053 € na 2360 €²³⁸. Tieto čísla naznačujú rastúcu účinnejšiu “úlovku” podvodníkov a získajú od obetí vyššie sumy. Na druhej strane banky deklarujú, že veľkú časť podvodov dokážu zastaviť internými opatreniami, stále však platí, že ak obeť dobrovoľne odovzdá svoje údaje či autorizuje platbu, ochranné mechanizmy banky sú obídené. Preto sa ťarcha poslednej línie obrany prenáša na samotného spotrebiteľa a princíp najväčšej obozretnosti ostáva na klientovi, finančnom spotrebiteľovi. Moderným trendom je zneužívanie umelej inteligencie na zvýšenie efektivity podvodov. Odborníci upozorňujú, že nástroje ako ChatGPT umožňujú útočníkom ľahko vytvárať gramaticky bezchybné a uveriteľné phishingové správy aj v jazykoch, ktoré predtým neovládali; kým v minulosti bolo mnoho podvodných e-mailov ľahko rozpoznateľných vďaka lámanému jazyku, dnes AI dokáže generovať vysoko presvedčivé texty. ENISA vo svojej správe za rok 2022 rovnako varuje, že v kybernetických útokoch sa začínajú objavovať “AI-enabled” techniky, vrátane personalizovaného phishingu a deepfake obsahu, čo vedie k ešte škodlivejším a cielenejším útokom.

Za zmienku stojí aj podvodné volania tzv. “na bezpečný účet”, kedy sa podvodník vydáva za bankového pracovníka, tvrdí, že účet klienta bol napadnutý, a žiada prevod peňazí na „bezpečný účet“, ktorý patrí páchatelovi. Tento modus operandi sa objavil aj na Slovensku a NBS pred ním opakovane varuje. Technicky sú tieto hovory často podporené spoofingom telefónneho čísla (obeť vidí číslo infolinky banky) a v kombinácii so stresovou manipuláciou ide o veľmi nebezpečný druh vishingu²³⁹.

Možné riešenia a opatrenia pre minimalizáciu negatívnych vplyvov

Vo svetle vyššie uvedeného sa zamýšľame nad možnými riešeniami a opatreniami pre minimalizáciu negatívnych vplyvov deepfake podvodov. V prípade bankových deepfake podvodov je možné uvažovať o ešte robustnejších metódach overovania identity než klasické SMS kódy a to napríklad o biometrických a kryptografických formách autentifikácie (napr. mobilné aplikácie s odtlačkom prsta, FIDO2 tokeny). Tiež je možné implementovať dodatočné overenie hlasových hovorov ako dohodnuté heslo pre komunikáciu, aby klient vedel odlíšiť

²³⁸ Údaje vychádzajú z tlačovej správy VÚB banky a.s., [cit. 05.11.2025] [online]. Dostupné z: <https://www.vub.sk/ludia/tlacove-centrum/vub-novinky/podvody-stupli-dvojnásobne-zapojiť-sa-može-aj-umela-inteligencia.html#:~:text=pon%C3%BAkli%20svoje%20typy%2C%20ako%20podvod,rozozna%C5%A5%20a%C2%A0ako%20mu%20%C3%BAspe%C5%A1ne%20pred%C3%ADs%C5%A5.>

²³⁹ Zdroj [cit. 6.11.2025], [online]. Dostupné z: <https://nbs.sk/pozor-na-podvody/#:~:text=Pozor%20na%20podvody%21%20,posla%C5%A5%20peniaze%20na%20%E2%80%9Ebezpe%C4%8Dn%C3%BD%20%C3%BA%C4%8Det%E2%80%9C.>

skutočného zamestnanca banky od deepfake volajúceho. Silná zákaznícka autentifikácia by mohla byť požadovaná nielen pri platbách, ale aj pri akomkoľvek úkone, kde by mohlo dôjsť k finančnej ujme (napr. zmena nastavení v internetbankingu).

V oblasti platforiem je možné zaviesť systémy na označovanie AI-generovaných médií, kedy by sociálne siete mohli automaticky detegovať a označiť videá, u ktorých algoritmy vyhodnotia vysokú pravdepodobnosť manipulácie. Pre širšiu verejnosť by mohli byť dostupné jednoduché nástroje na kontrolu pravosti obrázkov a videí a štát by mohol podporiť vývoj open-source detekčných nástrojov a ich integráciu do často používaných platforiem. Online platformy by mali proaktívne monitorovať a odstraňovať zjavne podvodný obsah a nasadiť AI systémy na detekciu podozrivých príspevkov (samozrejme s ohľadom na GDPR), napríklad analyzovať, či video nevykazuje znaky syntetického generovania pri citlivom obsahu.

V oblasti bezpečnosti a výmeny informácií je možné uvažovať o vytvorení centralizovaného informačného systému (napr. pod gesciou NBS alebo Finančnej spravodajskej jednotky) na zdieľanie aktuálnych poznatkov o prebiehajúcich podvodoch. Banky by sem hlásili nové triky podvodníkov, podozrivé čísla účtov, IP adresy a systém by pomohol rýchlo varovať ostatných a potenciálne aj zablockovať transakcie smerujúce na známe účty podvodníkov.

V neposlednom rade je nevyhnutné vzdelávanie verejnosti, najmä vzhľadom na neustále nové triky. Odporúča sa organizovať pravidelné informačné kampane (v médiách, na sociálnych sieťach, cez SMS od operátorov) upozorňujúce na aktuálne podvody, napríklad NBS už robí osvetu cez projekt 5penazi.sk a zdieľa “galériu najčastejších podvodov²⁴⁰”. V oblasti predaja produktov spotrebiteľom a pre boj s podvodnými e-shopmi sa osvedčuje systém certifikácie dôveryhodných obchodov (tzv. trustmarks), kedy by spotrebiteľom bolo prízvukované, že je potrebné, aby uprednostnili certifikované e-shopy a kontrolovali si existenciu kamennej adresy, IČO a recenzie.

Záver

Digitálne technológie zásadne menia charakter obchodovania aj kriminality. Spotrebiteľia v online prostredí dnes čelia širokému spektru finančných podvodov, ktoré využívajú kombináciu sociálneho inžinierstva a technických trikov. K najrozšírenejším patrí phishing, vishing a podvodné internetové obchody. Novou a rýchlo nastupujúcou hrozbou sú deepfake technológie, ktoré umožňujú podvodníkom vystupovať s falošnou identitou s

²⁴⁰ Zdroj [cit 6.11.2025]. [online]. Dostupné z: <https://5penazi.sk/spustili-sme-novy-kurz-rec-penazi-podvody/>.

bezprecedentnou dôveryhodnosťou (napodobenie hlasov príbuzných, videohovory s podobou nadriadeného a pod.). Právne predpisy EÚ a SR v ostatných rokoch reagujú na digitálne výzvy, a zaviedli sa prísnejšie povinnosti pre platformy, preto hlavnou výzvou zostáva vymáhanie a praktická realizácia týchto pravidiel. Podvody predstavujú pre spotrebiteľov a ekonomiku značnú záťaž a okrem priamych škôd vedú k zníženiu dôvery v digitálne služby, čo môže spomaliť rast elektronického obchodu a inovácií.

V článku sme identifikovali viacero odporúčaných krokov, z nášho pohľadu je potrebné posilniť odolnosť spotrebiteľov samotných skrz osvetu, lebo ako ukazujú štatistiky, stále značná časť úspechu útokov stojí na zlyhaní ľudského faktora. Ďalej, posilnenie zodpovednosti bánk a platforiem motivuje tieto inštitúcie investovať do ochrany (ak vedia, že ponesú finančné následky, budú prevenciu brať vážne). Labeling AI obsahu môže do budúcnosti vytvoriť prostredie, kde falošný obsah²⁴¹ bude aspoň čiastočne odlišiteľný. Záverečné konštatovanie znie, že ochrana spotrebiteľa v digitálnych trhoch je beh na dlhú trať. Hrozby ako finančné podvody a deepfake budú evolvovať spolu s technológiami. Úlohou legislatívy a bezpečnostnej komunity je priebežne aktualizovať pravidlá, vzdelávať a informovať. K tomu je nevyhnutné dôsledné vymáhanie práva, medzisektorová výmena informácií, technologické inovácie na strane obrany a uvedomelá verejnosť.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. BAČÁROVÁ, R. Impact of artificial intelligence on the single market for digital content In ACTA UNIVERSITATIS CAROLINAE – IURIDICA 2, 2025, s. 169-183, ISSN 2336-6478, DOI: 10.14712/23366478.2025.397
2. BROOKS, T. a kol. The increasing threat of deepfake identities. In: U.S. Department of Homeland Security 2019 [online]. Dostupné z: https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/increasing_threats_of_deepfake_identities_0.pdf.
3. FILIČKO, V. Vec/Tovar s digitálnymi prvkami a spotrebiteľské zmluvy s digitálnym plnením. In STUDIA IURIDICA Cassoviensia ISSN 1339-3995, Vol. 13.2025, No.2, s.19-32
4. KIETZMANN, J. a kol. Deepfakes: Trick or treat? Business Horizons. 2020, Vol. 63, No. 2, s. 136.

²⁴¹ BROOKS, T. a kol. The increasing threat of deepfake identities. In: U.S. Department of Homeland Security. 2019 [cit. 06.11.2025]. [online]. Dostupné z: https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/increasing_threats_of_deepfake_identities_0.pdf.

5. MACKO, L. Zodpovednosť za použitie a zdieľanie digitálneho obsahu na internete. Bratislava: C.H.Beck, 2024. 123 s. ISBN 978-80-8232-055-1, <https://doi.org/10.33542/SIC2025-2-02>
6. MIZEROVÁ, T. Právo versus deepfakes In ACTA UNIVERSITATIS CAROLINAE – IURIDICA 2, 2025, s. 115-132, ISSN 2336-6478, DOI: 10.14712/23366478.2025.394
7. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/881 zo 17. apríla 2019 o agentúre ENISA (Agentúra Európskej únie pre kybernetickú bezpečnosť) a o certifikácii kybernetickej bezpečnosti informačných a komunikačných technológií a o zrušení nariadenia (EÚ) č. 526/2013 (akt o kybernetickej bezpečnosti)
8. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES (ďalej len “akt o digitálnych službách”)
9. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/1925 zo 14. septembra 2022 o súťažeschopných a spravodlivých trhoch digitálneho sektora a o zmene smerníc (EÚ) 2019/1937 a (EÚ) 2020/1828
10. Nariadenie (EÚ) 2024/1689, ktorým sa stanovujú harmonizované pravidlá v oblasti umelej inteligencie

NOVÁ SPOTREBITEĽSKÁ LEGISLATÍVA OČAMI SPOTREBITEĽOV A OBCHODNÍKOV²⁴²

Mgr. Kristián Vassay

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Právnická fakulta

kristian.vassay@student.upjs.sk

Abstrakt

Príspevok prináša sumárny pohľad na najvýraznejšie zmeny, ktoré sa dotkli spotrebiteľov a obchodníkov v súvislosti s prijatím novej spotrebiteľskej legislatívy v Slovenskej republike, teda zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa. Cieľom príspevku je analýza týchto zmien v oblasti ochrany spotrebiteľa a zhodnotenie toho, či súčasná de lege lata priniesla vyššiu mieru efektivity ochrany fyzických osôb, ktoré nekonajú v rámci svojej podnikateľskej obchodnej činnosti. Problematika je analyzovaná dvojako, a to jak z pohľadu zmien na strane spotrebiteľa, tak z pohľadu zmien na strane obchodníka.

Abstract

This article provides an overview of the most significant changes affecting consumers and traders in connection with the adoption of new consumer legislation in the Slovak Republic, namely Act No. 108/2024 Coll. on Consumer Protection. The aim of the article is to analyze these changes in the area of consumer protection and to assess whether the current de lege lata has brought about a higher degree of effectiveness in the protection of natural persons who are not acting within the scope of their business activities. The issue is analyzed in two ways, both from the perspective of changes on the part of the consumer and from the perspective of changes on the part of the trader.

Kľúčové slová: spotrebiteľ – obchodník – zákon o ochrane spotrebiteľa – digitálny trh – zmena legislatívy

Key words: consumer – trader – act on consumer protection – digital market – amendment of law

Úvod

Myšlienka spotrebiteľského ochranného systému vychádza najmä z nerovného postavenia spotrebiteľa vo vzťahu k obchodníkovi čo do negociačných schopností alebo miery informovanosti.²⁴³ Táto nerovnováha vyplýva okrem uvedeného aj z nedostatku odborných

²⁴² Príspevok je výstupom projektu VEGA č. 1/0431/23 „Konkurencia záujmov spotrebiteľov a obchodníkov pri dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb na jednotnom digitálnom trhu s dôrazom na právne a ekonomické aspekty.“

²⁴³ VASSAY, K. Zakladá medzinárodná právomoc v spotrebiteľských zmluvách súčasne aj miestnu príslušnosť súdu?, In: Zborník z XIV. medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov „Súdna moc v ére globalizácie, umelej inteligencie a ďalších trendov v spoločnosti“. Košice : Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach, 2025.

znalostí a skúseností.²⁴⁴ Výsledkom bol vznik osobitnej systémovej súčasti súkromného práva – ochrany spotrebiteľa, kde hnacím jeho vzniku sú predovšetkým harmonizačné záväzky voči Európskej únii.

Právnu reguláciu súvisiacu s ochranou spotrebiteľa môžeme označiť rôznymi prívlastkami, no určite nie prívlastkom statická.

Uvedené sa prejavilo aj v súvislosti s príchodom doby digitálnej, v rámci čoho si Európska únia stanovila ambíciu vytvorenia jednotného digitálneho trhu, ktorý umožní, okrem iného, ďalšiu podporu hospodárstva a zvýši kvalitu života občanov EÚ.²⁴⁵ Reakciou a “krokom vpred” k dosiahnutiu tohto cieľa bolo prijatie dvoch významných smerníc, a to (1) Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/770 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb („Digital Content Directive”), a (2) Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/771 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o predaji tovaru, ktorou sa mení nariadenie (EÚ) 2017/2394 a smernica 2009/22/ES a zrušuje smernicu 1999/44/ES („Sale Goods Directive“).

V podmienkach Slovenskej republiky, v súvislosti s vyššie uvedeným, došlo k výraznej zmene v oblasti spotrebiteľského práva, kde počnúc 1. júlom 2024 bol prijatý úplne nový zákon č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa (ďalej aj “zákon o ochrane spotrebiteľa” alebo “nový zákon o ochrane spotrebiteľa”). Ten nahradil doposiaľ platný a účinný zákon o ochrane spotrebiteľa²⁴⁶, zákon o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho, a významne sa dotkol aj Občianskeho zákonníka.²⁴⁷

Cieľom tohto príspevku je poukázať na najvýznamnejšie zmeny, ktoré nový zákon o ochrane spotrebiteľa zaviedol do slovenského právneho poriadku. V tejto súvislosti je zámerom aj zodpovedať autorom stanovenú výskumnú otázku *“Je nový zákon o ochrane spotrebiteľa skutočne efektívnym nástupcom po svojho predchodcovi čo do poskytovania účinnej právnej ochrany spotrebiteľov?”*. Hypotézou autora je, že tomu tak skutočne je, a sice nová spotrebiteľská právna úprava priniesla účinnejšiu ochranu osobám slovenským spotrebiteľom.

²⁴⁴ KOHÚT, M. Materiálne pramene procesnoprávnej úpravy spotrebiteľských sporov. In: Zborník z XIV. medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov „Súdna moc v ére globalizácie, umelej inteligencie a ďalších trendov v spoločnosti“. Košice : Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach, 2025.

²⁴⁵ KOROMHÁZ, P. Elektronické zdravotníctvo ako predpoklad pre poskytovanie zdravotných služieb v prostredí jednotného digitálneho trhu EÚ. In: MMK 2023: recenzovaný zborník príspevků mezinárodní vědecké konference. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2023 s. 341.

²⁴⁶ 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.

²⁴⁷ FILIČKO, V. Vec/tovar s digitálnymi prvkami a spotrebiteľské zmluvy s digitálnym plnením. In: Studia Iuridica Cassoviensia. roč. 13., č. 2, 2025, s. 23.

Čo sa zmenilo pre spotrebiteľa?

1. Odstránenie duplicity definície pojmu spotrebiteľ

V zmysle predchádzajúcej právnej úpravy bol spotrebiteľ *in abstracto* definovaný v Občianskom zákonníku,²⁴⁸ a súčasne aj v zákone č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej aj “starý zákon o ochrane spotrebiteľa”).²⁴⁹ Okrem týchto nachádzame definíciu aj v zákone č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorá sa však aplikuje len pre účely tohto zákona, t. j. len v oblasti spotrebiteľských úverov.²⁵⁰

Nový zákon o ochrane spotrebiteľa priniesol prekelenutie duplicity všeobecných definícií spotrebiteľa. Inak povedané, v súčasnej *de lege lata* nachádzame všeobecnú definíciu spotrebiteľa jedine v Občianskom zákonníku, ktorý ho približuje ako *fyzickú osobu, ktorá v súvislosti so spotrebiteľskou zmluvou, z nej vyplývajúcim záväzkom alebo pri obchodnej praktike nekoná v rámci svojej podnikateľskej činnosti alebo povolania*.²⁵¹

Z novej definície vieme vyvodit’ dve zásadné zmeny

- a) *Konanie spotrebiteľa nemusí súvisieť iba so spotrebiteľskou zmluvou, ale aj s obchodnou praktikou* – ide o pokrytie širšieho okruhu právnych vzťahov, kedy aj nedošlo k uzavretiu spotrebiteľskej zmluvy, ale konkrétne konanie či opomenutie konania môžeme považovať za obchodnú praktiku.²⁵²
- b) *Absencia “nekonania v rámci zamestnania”* – uvedené zákonodarca odôvodnil tým, že ak fyzická osoba koná v rámci zamestnania, nejde o jej konanie, ale o konanie zamestnanca v mene zamestnávateľa.²⁵³

²⁴⁸ Ustanovenie § 52 ods. 4 zákona č. 40/1964 Zb. Občianskeho zákonníka účinného do 30.06.2024 „Spotrebiteľom je fyzická osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej obchodnej činnosti alebo inej podnikateľskej činnosti.“

²⁴⁹ Ustanovenie § 2 písm. a) zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov „spotrebiteľom je fyzická osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti, zamestnania alebo povolania.“

²⁵⁰ BAČÁROVA, R. – FILIČKO, V. – KOROMHÁZ, P. Ochrana ľudských hodnôt v súkromnom práve. Košice: Typopress, 2023, s. 19. [online]. Dostupné z: <https://web.uk.upjs.sk/EknihyVolneMimoUPJS/Sukromne-pravo-e-pub-2023.pdf>.

²⁵¹ Ustanovenie § 53 ods. 4 zákona č. 40/1964 Zb. Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov

²⁵² KVETKOVÁ, Z. Nový zákon o ochrane spotrebiteľa – prehľad najdôležitejších zmien. [online]. Dostupné z: <https://www.epi.sk/clanok-z-titulky/novy-zakon-o-ochrane-spotrebiteľa-prehľad-najdôležitejších-zmien-akt-epi.htm>.

²⁵³ Dôvodová správa k zákonu č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

Pre úplnosť je potrebné dodať, že zmena spotrebiteľskej legislatívy sa nedotkla špeciálnej definície spotrebiteľa pre účely spotrebiteľských úverov v zmysle osobitného zákona.

2. Zavedenie novej lehoty na odstúpenie od zmluvy

Jednou z významných zmien, ktoré obsahuje rekodifikovaná spotrebiteľská legislatíva, je zavedenie novej lehoty na odstúpenie od zmluvy. Oproti predošlej právnej úprave tak “po novom” rozoznávame štandardnú štrnásťdňovú lehotu a osobitnú tridsaťdňovú lehotu, pričom v oboch prípadoch spotrebiteľ nie je povinný uviesť dôvod odstúpenia.²⁵⁴

Akých zmlúv sa však toto právo týka? Tento aspekt zostal aj naďalej nezmenený, a sice pôjde o právo na odstúpenie od zmlúv uzavretých na diaľku, resp. mimo prevádzkových priestorov obchodníka.²⁵⁵ Nová, tridsaťdňová lehota sa však bude aplikovať len na zmluvy uzavreté pri nevyžiadanej návšteve, resp. v súvislosti s ňou, alebo na predajnej akcii, resp. v súvislosti s ňou. Pojem predajná akcia je legálne definovaný samotným zákonom o ochrane spotrebiteľa. Nevyžiadaná návštevu by sme mohli vymedziť ako návštevu obchodníka alebo osoby konajúcej v mene obchodníka, voči ktorej spotrebiteľ vopred výslovne nevyjadril súhlas alebo o ňu nepožiadala, a ktorá sa koná u spotrebiteľa (typicky pôjde o podomový predaj).²⁵⁶

S odstúpením od zmluvy je nerozlučne spätá aj informačná povinnosť. Obchodník je povinný, okrem iného, poučiť spotrebiteľa o práve na odstúpenie od zmluvy.²⁵⁷ Zákon vyžaduje poučenie “jasné a zrozumiteľné” a zrealizované “pred uzavretím zmluvy.” Čo možno považovať za jasné a zrozumiteľné poučenie, zákon bližšie nevymedzuje. Otázkou zostáva, či toto poučenie musí byť písomné. Podľa nášho názoru, v praxi si vieme predstaviť poučenie spotrebiteľa v podobe návrhu spotrebiteľskej zmluvy obsahujúcej aj ustanovenie o práve na odstúpenie od zmluvy. Spotrebiteľ bude na toto ustanovenie osobitne upozornený predtým, ako zmluvu uzavrie. Týmto spôsobom by si obchodník splnil obe požiadavky, ktoré od neho zákon vyžaduje, súčasne. Na druhej strane, stotožňujeme sa aj s názorom, že ústne poučenie pred uzavretím zmluvy, ak by bolo jasné a zrozumiteľné, vie splniť túto podmienku.

Splnenie tejto povinnosti sa od obchodníka vyžaduje ako pri práve na odstúpenie od zmluvy do štrnástich dní, tak aj do tridsať dní. Ak sa poučenie nevykonalo najneskôr súčasne s

²⁵⁴ Dôvodová správa k zákonu č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

²⁵⁵ Okrem tých, ktoré sú uvedené v ustanovení § 19 zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa, napr. zmluva, ktorej predmetom je poskytnutie služby, ak došlo k úplnému poskytnutiu služby alebo zmluva, ktorej predmetom je dodanie tovaru podľa vyrobeného podľa špecifikácií spotrebiteľa, resp. tovaru vyrobeného na mieru.

²⁵⁶ BENDÁR, P. Trendy a zmeny v oblasti ochrany spotrebiteľa v Slovenskej republike od júla 2024. In: Paneurópske právnické listy, roč. 8., č. 1, 2025, s. 100.

²⁵⁷ Ustanovenie § 15 ods. 1 písm. f) zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

uzavretím zmluvy, má obchodník možnosť poučiť spotrebiteľa aj dodatočne, poučenie však bude právne relevantné iba vtedy, ak od uzavretia zmluvy neprešlo viac ako 12 mesiacov. Ak v tejto lehote obchodník spotrebiteľa dodatočne poučí o práve na odstúpenie od zmluvy, začne plynúť lehota na odstúpenie od zmluvy od splnenia tejto povinnosti (teda od dodatočného poučenia). Zastávame názor, že aj toto dodatočné poučenie musí byť jasné a zrozumiteľné pre spotrebiteľa, tak ako to vyžaduje zákon o ochrane spotrebiteľa, v opačnom prípade nebude vyvolávať právne následky. Ak si však obchodník túto povinnosť nesplní vôbec, spotrebiteľ bude mať možnosť odstúpiť od zmluvy až do 12 mesiacov od uplynutia lehoty na odstúpenie od zmluvy. Podľa nášho názoru, toto ustanovenie sa bude vzťahovať aj na situácie, kedy obchodník dodatočne nepoučí spotrebiteľa o práve na odstúpenie od zmluvy do 12 mesiacov od uzavretia zmluvy. V tomto ohľade považujeme novú právnu úpravu za čiastočne chaotickú, nakoľko nie je úplne zrejmé, kedy ktorá lehota začína plynúť alebo či plynú niektoré lehota aj súčasne.

3. Ochrana pred cenovou manipuláciou

Nový zákon o ochrane spotrebiteľa prináša dôležitú novinku – ochranu pred umelým navyšovaním cien v súvislosti so zľavami a výpredajmi, typicky napr. Black Friday.²⁵⁸ Dôležitým pojmom v tomto ohľade je “oznámenie o znížení ceny”, čo znamená komunikovanie zníženia ceny od obchodníka smerom ku spotrebiteľom a to v akejkol'vek podobe (typicky napríklad distribuovaním informačných letákov). Naopak, ak obchodník žiadnym spôsobom nekomunikuje zníženie ceny (napr. ak iba zaradí tovar do sekcie zľavy, výpredaj či akcia bez nejak “propagácie”), na obchodníka sa nebudú vzťahovať povinnosti súvisiace s ochranou pred cenovou manipuláciou v zmysle zákona o ochrane spotrebiteľa.²⁵⁹ Povinnosť oznámenia sa nevzťahuje ani na tovar, ktorý podlieha rýchlej skaze alebo zníženiu kvality.²⁶⁰

Ochrana pred cenovou manipuláciou je založená na premise, kde je obchodník povinný uviesť prechádzajúcu cenu tovaru v každom oznámení o znížení ceny. Predchádzajúcou cenou tovaru sa rozumie najnižšia cena, za ktorú obchodník predával alebo poskytoval tovar v období 30 dní pred znížením ceny tovaru. Ak sa však tovar predával v období menej ako 30 dní, tak pôjde o najnižšiu cenu od začiatku predaja daného tovaru.

²⁵⁸ ROKAŠ, P. Nová legislatíva o ochrane spotrebiteľa. [online]. Dostupné z: <https://www.prosman-pavlovic.sk/nova-legislativa-zakon-o-ochrane-spotrebiteľa-2024/>.

²⁵⁹ Bližšie pozri: <https://www.mhsr.sk/obchod/ochrana-spotrebiteľa/najcastejsie-otazky/najcastejsie-otazky-obchodnikov/oznamenie-o-znizeni-ceny-7-zakona-o-ochrane-spotrebiteľa?csrt=16781416333100182019>.

²⁶⁰ Ustanovenie § 7 ods. 4 zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

Pokiaľ ide o predaj tovaru s postupným znižovaním ceny, tu zákon rozlišuje isté špecifikum (napr. pri sezónnom výpredaji v obchodoch s oblečením). Špecifikum spočíva v tom, že obchodník je povinný uviesť ako predchádzajúcu cenu pôvodnú cenu tovaru pred jej prvým znížením.²⁶¹

Významné je tiež spomenúť situáciu ak obchodník oznamuje zníženie ceny všeobecne (napr. zľava 30% na všetky tovary). V takom prípade sa splnenie povinnosti uviesť predchádzajúcu cenu tovaru nevyžaduje. Takto to uvádza ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky na svojom webovom sídle v rámci usmernenia pre obchodníka, no ide práve o mechanizmus výnimky, na ktorom fungujú aj akcie typu Black Friday. Zastávame preto názor, že myšlienka ochrany spotrebiteľa pred cenovou manipuláciou tak v konečnom dôsledku môže zostať iluzórna.

4. Zjednodušenie reklamácií

Obdobne ako pri pojmoch “spotrebiteľ” a “obchodník”, aj v prípade reklamácií prináša nová spotrebiteľská právna úprava vyššiu mieru konzistentnosti. Inak povedané, proces reklamácie nájdeme v súčasnej *de lege lata* upravený už výlučne v Občianskom zákonníku. Pojem reklamácia a reklamačné konanie v ňom však budeme hľadať veľmi ťažko, nakoľko sa v tomto ohľade zaviedol nový pojem, a to vytknutie vady. Reklamačné konanie je tak po novom vytýkacie konanie.²⁶²

Spolu so zmenou samotného reklamačného procesu došlo aj ku zmene povinnosti vypracovania reklamačného poriadku obchodníkom. Podľa predchádzajúcej právnej úpravy bol každý obchodník povinný vypracovať reklamačný poriadok, s následnou povinnosťou zverejniť ho vo svojej prevádzkarni, ako aj na svojom webovom sídle, ak ho mal zriadené. Táto povinnosť zostala zachovaná, avšak len voči určitým konkrétnym subjektom, ako napríklad banky, dodávatelia elektriny či plynu, alebo tzv. “nebankové spoločnosti.”²⁶³

Jednou z najmarkantnejších zmien, ktoré nový zákon o ochrane spotrebiteľa priniesol, je zavedenie povinnosti obchodníka vybaviť reklamáciu v primeranej lehote. Primeranou lehotou sa rozumie najkratší čas, ktorý je potrebný na posúdenie vady a následne na opravu a

²⁶¹ Ustanovenie § 7 zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

²⁶² KEVICKÁ, D. Významné zmeny spotrebiteľského práva. [online]. Dostupné z: <https://www.epi.sk/clanok-z-titulky/vyznamne-zmeny-spotrebiteleskeho-prava-akt-epi.htm>.

²⁶³ Ustanovenie § 93d zákona č. 483/2001 Z. z. o bankách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ustanovenie § 20g zákona č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, a ustanovenie § 17a zákona č. 251/2012 Z. z. o energetike a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

výmenu vecí, v závislosti od povahy vady a jej závažnosti.²⁶⁴ Z predmetnej definície nám vyplýva, že ju obchodník určuje individuálne, pričom lehota na vybavenie nesmie byť dlhšia ako tridsať dní od vytknutia vady. Túto maximálnu lehotu však možno predĺžiť, ak sú na to konkrétne okolnosti dostatočne dôvodné.

Postup tak bude taký, že ak spotrebiteľ vytkne obchodníkovi vadu vecí, je následne obchodník povinný mu bezodkladne vydať potvrdenie o vytknutí vady, v ktorej túto lehotu určí. Rovnako je povinný vydať písomné potvrdenie o odmietnutí reklamácie, ktoré však musí byť odôvodnené.

Ako problematické však vnímame viazanie začiatku plynutia lehoty na moment vytknutia vady. Predchádzajúca právna úprava explicitne hovorila *“Ak k prevzatíu predmetu reklamácie predávajúcim dôjde v neskorší deň, ako je deň uplatnenia reklamácie, tak lehoty na vybavenie reklamácie podľa tohto odseku začínajú plynúť odo dňa prevzatia predmetu reklamácie predávajúcim.”*²⁶⁵ Nová právna úprava tak vykazuje v tomto smere významný nedostatok, nakoľko ak lehota začína plynúť vždy už momentom uplatnenia reklamácie (vytknutia vady) a k odovzdaniu predmetu reklamácie by došlo neskôr, obchodník môže mať objektívne obmedzené možnosti vykonávať úkony smerujúce k vybaveniu reklamácie.

Vytýkacie konanie zaviedlo aj povinnosť voči spotrebiteľovi, ktorý je povinný prevziať si opravenú, resp. náhradnú vec do šiestich mesiacov od vybavenia reklamácie. V opačnom prípade je obchodník oprávnený danú vec predať. Ak však ide o vec väčšej hodnoty, o zamýšľanom predaji musí byť spotrebiteľ vopred upovedomený, kde mu obchodník určí primeranú lehotu, v ktorej má možnosť si danú vec prevziať. Uvedené sleduje riešenie situácií, kedy si v spotrebiteľ často vec neprevzal, čo obchodníkovi spôsobovalo neprimerané náklady (najmä pokiaľ išlo o uskladnenie motorových vozidiel).²⁶⁶

Po predaji je však obchodník povinný vyplatiť spotrebiteľovi výťažok z predaja, avšak len za podmienky, ak si spotrebiteľ uplatnil právo na podiel z výťažku predaja v danej lehote.²⁶⁷ Z uvedeného je tak zrejmé, že spotrebiteľ má právo na výťažok z predaja len vtedy, ak ide o predaj vecí väčšej hodnoty. Problematicky vnímame pomerne vágny pojem “vec väčšej hodnoty”, ako aj absenciu práva na podiel z výťažku predaja vecí, ktorá nemá väčšiu hodnotu.

²⁶⁴ Ustanovenie § 507 ods. 1 zákona č. 40/1964 Zb. Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov

²⁶⁵ Ustanovenie § 18 ods. 4 zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov.

²⁶⁶ BENDÁR, P. Trendy a zmeny v oblasti ochrany spotrebiteľa v Slovenskej republike od júla 2024. In: Paneurópske právnické listy, roč. 8., č. 1, 2025, s. 105.

²⁶⁷ Ustanovenie § 623 ods. 5 zákona č. 40/1964 Zb. Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov.

Ak by bol predaj neúspešný, alebo by prípadný výťažok z predaja nestačil ani na úhradu nákladov, má obchodník možnosť vec zničiť.

Novinkou je aj inštitút spotrebiteľskej záruky. Spotrebiteľská záruka predstavuje záväzok výrobcu alebo predávajúceho poskytnúť spotrebiteľovi výmenu, opravu, zabezpečenie údržby predanej veci alebo vrátenie kúpnej ceny nad rámec zákonných práv vyplývajúcich zo zodpovednosti za vady.²⁶⁸

Nová spotrebiteľská legislatíva priniesla zmeny aj čo do zavedenia osobitnej právnej úpravy zodpovednosti za vady zo spotrebiteľských zmlúv s digitálnym plnením.²⁶⁹

Čo sa zmenilo pre zmluvného partnera spotrebiteľa?

1. Zavedenie pojmu obchodník

Profesionálny zmluvný partner spotrebiteľa v rámci spotrebiteľského záväzkového vzťahu sme donedávna označovali pojmom obchodník, resp. predávajúci. Ten, rovnako ako spotrebiteľ, je determinantom rozhodujúcim pre označenie konkrétnej zmluvy ako spotrebiteľskej.²⁷⁰ Zmluvného partnera všeobecne označoval a zároveň definoval jednak Občiansky zákonník (dodávateľ), ako aj starý zákon o ochrane spotrebiteľa (predávajúci).

Nová legislatíva však priniesla hneď dve zmeny. Ako prvé došlo k zjednoteniu terminológie, kde podľa súčasnej *de lege lata* sa profesionálny zmluvný partner označuje ako obchodník. Zároveň však došlo aj k odstráneniu duplicity, a teda podobne ako pri spotrebiteľovi, definíciu obchodníka obsahuje v súčasnej *de lege lata* Občiansky zákonník. Ten ho definuje ako *osobu, ktorá v súvislosti so spotrebiteľskou zmluvou, z nej vyplývajúcim záväzkom alebo pri obchodnej praktike koná v rámci svojej podnikateľskej činnosti alebo povolenia, a to aj prostredníctvom inej osoby, ktorá koná v jej mene alebo na jej účet*.²⁷¹

Novotou v predmetnej definícii je explicitné uvedenie toho, že za obchodníka možno považovať aj obchodného zástupcu alebo osobu, ktorá koná na základe mandátnej zmluvy (teda v mene obchodníka) alebo komisionárskej zmluvy (na účet obchodníka).²⁷²

²⁶⁸ Ustanovenie § 626 zákona č. 40/1964 Zb. Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov.

²⁶⁹ Ustanovenie § 852g a nasl. zákona č. 40/1964 Zb. Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov

²⁷⁰ VOJČÍK, P. Občianske právo hmotné. 3. vydanie. Plzeň : Aleš Čeněk, 2021. s. 108.

²⁷¹ Ustanovenie § 53 ods. 3 zákona č. 40/1964 Zb. Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov

²⁷² Dôvodová správa k zákonu č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

2. Rozšírená informačná povinnosť obchodníka voči spotrebiteľovi

Nový zákon o ochrane spotrebiteľa priniesol aj zmeny v oblasti informačnej povinnosti. Ako prvé bol precizovaný samotný moment informovania, kedy je ho obchodník povinný vykonať pred uzavretím zmluvy, resp. v prípade objednávky pred jej odoslaním.²⁷³

V tejto súvislosti došlo k rozšíreniu penzá informácii, ktoré sa oznamujú. Príkladom je povinnosti uviesť aj svoje telefónne číslo alebo podmienky podomového predaja. Rovnako sa rozšíril okruh miest, kde je obchodník povinný tieto informácie zverejniť, o jeho webové sídlo.

Zmena sa dotkla aj informovania o predajnej cene, kde spotrebiteľ už nie je informovaný o konečnej cene v celku, ale o predajnej cene a ďalších výdavkoch samostatne (napríklad cena za dodanie, poštovné a pod.).

Osobitne sa prejavuje rozšírená informačná povinnosť vo sfére zmlúv uzavretých na diaľku, resp. mimo prevádzkových priestorov obchodníka. Pred uzavretím týchto zmlúv je obchodník povinný spotrebiteľa informovať napr. o adrese jeho elektronickej pošty, resp. o inom prostriedku online komunikácie, o cene za jeho použitie, či poučenie o povinnosti spotrebiteľa znášať náklady súvisiace s vrátením tovaru, ktorý je predmetom zmluvy.²⁷⁴

3. Zmeny v sankčnom mechanizme

Nová spotrebiteľská legislatíva zaviedla aj zmeny paradigmy pokiaľ ide o ukladanie sankcií za porušenie povinností zo strany obchodníka.

Pozoruhodnou zmenou je zavedenie zásady ukladania sankcií podľa výšky obratu obchodníka. Zámerom zákonodarcu bolo eliminovať situácie, kedy by obchodníkovi bola uložená pokuta vo výške, ktorá by pre neho mohla byť likvidačná.²⁷⁵ Orgán dohľadu tak má možnosť pri ukladaní sankcie za porušenie taxatívne vymedzených zákonných povinností uložiť pokutu vo výške zákonom stanoveného percenta z obratu obchodníka – dohliadanej osoby, pričom výška pokuty sa vypočítava z obratu predchádzajúceho účtovného obdobia.²⁷⁶ Zákon však okrem toho stanovuje aj maximálnu výšku, ktorú môže orgán dohľadu uložiť v prípade pokuty percentá z obratu.

Zaujímavou novinkou je však inštitút mechanizmu druhej šance. Mechanizmus druhej šance je založený na premise, kde orgán dohľadu odloží vec a nezačne konanie o porušení povinnosti, ak obchodník sám dobrovoľne upustí od porušenia danej povinnosti. Uvedené môže

²⁷³ Ustanovenie § 5 ods. 1 zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

²⁷⁴ Ustanovenie § 15 ods. 1 zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

²⁷⁵ BENDÁR, P. Trendy a zmeny v oblasti ochrany spotrebiteľa v Slovenskej republike od júla 2024. In: Paneurópske právnické listy, roč. 8., č. 1, 2025, s. 102.

²⁷⁶ Ustanovenie § 43 ods. 1 písm. a) zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

vykonať dvoma spôsobmi. Jedným spôsobom je uzavretie dohody so spotrebiteľom, resp. všetkými spotrebiteľmi, ktorú dohliadaná osoba musí splniť a toto splnenie preukázať.²⁷⁷ Druhý spôsob následne predstavuje možnosť dobrovoľného opatrenia. Ide o písomné vyhlásenie obchodníka, ktoré je záväzné, a ktorým vyhlasuje, že ukončil alebo ukončí porušovanie povinností a prípadne aj vykoná nápravu.²⁷⁸ Orgán dohľadu toto opatrenie preskúma, a ak spĺňa zákonné požiadavky, vec odloží.²⁷⁹

V neposlednom rade stojí za zmienku aj nové sankcie v podobe uloženia povinnosti odstrániť, resp. zmeny obsahu vo svojom online rozhraní ako aj uloženie povinnosti vymazať doménu.²⁸⁰

4. Odstránenie administratívnej záťaže

Uľahčenie práce obchodníkom prinieslo aj obremenenie od niektorých, často aj redundantných, administratívnych zákonných požiadaviek. Dôležité je spomenúť vypustenie povinnosti obchodníka oznámiť plánované temporárne zatvorenie prevádzkarne aspoň 24 hodín vopred, či odstránenie paralelnej právnej úpravy náležitostí, ktoré musí spĺňať doklad o kúpe tovaru.²⁸¹ Ako pozitívne vnímame aj zrušenie zákonnej požiadavky kladenej na obchodníka vypracovať odborný posudok v prípadoch odmietnutia vybavenia reklamácie.

Záver

Nový zákon o ochrane spotrebiteľa, ktorý bol výsledkom implentačných snáh v súvislosti s prijatím viacerých významných smerníc na európskej úrovni, priniesol veľké množstvo markantných zmien, ktorých snahou bolo reagovať na konkrétne spoločenské vzťahy. Čo považujeme za prínosné je, že okrem zmien v prospech spotrebiteľa, ako strany vystupujúcej v slabšej pozícii v spotrebiteľskom právnom vzťahu, nový zákon o ochrane spotrebiteľa priniesol aj viacero pozitívnych zmien pre obchodníka. V tomto smere vítame napríklad odstránenie administratívnej záťaže na viacerých miestach alebo snahu zákonodarcu neukladať obchodníkom pokuty, ktoré by pre nich mohli byť likvidačné. Významným krokom vpred je aj inštitút mechanizmu druhej šance.

²⁷⁷ Ustanovenie § 38 ods. 1 písm. b) zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

²⁷⁸ Ustanovenie § 35 ods. 1 zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

²⁷⁹ Ustanovenie § 38 ods. 1 písm. c) zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

²⁸⁰ Ustanovenie § 41 písm. b) a c) zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa.

²⁸¹ BENDÁR, P. Trendy a zmeny v oblasti ochrany spotrebiteľa v Slovenskej republike od júla 2024. In: Paneurópske právnické listy, roč. 8., č. 1, 2025, s. 103.

Čo sa týka zmien v prospech spotrebiteľa, tu konštatujeme, že zmeny priniesli väčšiu mieru posilnenia ich slabšej pozície a poskytujú vyššiu mieru efektivity ich ochrany. Napriek uvedenému sme však v súčasnej spotrebiteľskej *de lege lata* identifikovali dva nedostatky. Ten prvý predstavuje myšlienka ochrany pred cenovou manipuláciou, ktorá je podľa nášho názoru “nedotiahnutá do konca.” Uvedené si myslíme preto, lebo ak Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky v rámci svojho usmernenia interpretuje tento inštitút spôsobom, že sa povinnosť uviesť predchádzajúcu cenu tovaru nevzťahuje na všeobecné zníženie, toto ide proti samotnej podstate existencie tohto nového inštitútu, ktorý mal chrániť pred cenovými manipuláciami pri akciách typu Black Friday, ktorých podstata je vo veľkej väčšine založená práve na tomto mechanizme všeobecného znižovania cien.

Druhý nedostatok sme identifikovali v rámci vytýkacieho konania. Nový zákon o ochrane spotrebiteľa viaže začiatok plynutia lehoty na vybavenie “reklamácie” vždy na moment vytknutia vady. K vytknutiu vady a odovzdaniu vadného tovaru však nemusí dôjsť vždy súčasne. V tomto ohľade bol starý zákon o ochrane spotrebiteľa dôslednejší, nakoľko ak k odovzdaniu vadného tovaru došlo neskôr, lehota na vybavenie “reklamácie” začala plynúť od momentu jeho odovzdania. Toto je významný nedostatok, ktorý je potrebný v novom zákone o ochrane spotrebiteľa preklenúť.

Záverom teda sumarizujeme, že výskumnú hypotézu sa nám vo veľkej väčšine podarilo naplniť, teda nový zákon o ochrane spotrebiteľa skutočne priniesol vyššiu miery efektivity ochrany. Zároveň však ani ten nie je “bezchybný”, ale obsahuje isté nedostatky, ktoré by bolo vhodné novelizáciou zákona odstrániť.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

1. BAČÁROVÁ, R. – FILIČKO, V. – KOROMHÁZ, P. Ochrana ľudských hodnôt v súkromnom práve. Košice : Typopress, 2023. 229 s. ISBN 978-80-8129-144-9. [online]. Dostupné z: <https://web.uk.upjs.sk/EknihyVolneMimoUPJS/Sukromne-pravo-e-pub-2023.pdf>
2. BENDÁR, P. Trendy a zmeny v oblasti ochrany spotrebiteľa v Slovenskej republike od júla 2024. In: Paneurópske právnické listy, roč. 8., č. 1, 2025, s. 100
3. FILIČKO, V. Vec/tovar s digitálnymi prvkami a spotrebiteľské zmluvy s digitálnym plnením. In: Studia Iuridica Cassoviensia. roč. 13., č. 2, 2025, s. 19 – 32. ISSN 1339-3995. <https://doi.org/10.33542/SIC2025-2-02>
4. KEVICKÁ, D. Významné zmeny spotrebiteľského práva. [online]. Dostupné z: <https://www.epi.sk/clanok-z-titulky/vyznamne-zmeny-spotrebiteleskeho-prava-akt-epi.htm>

5. KOHÚT, M. Materiálne pramene procesnoprávnej úpravy spotrebiteľských sporov. In: Zborník z XIV. medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov „Súdna moc v ére globalizácie, umelej inteligencie a ďalších trendov v spoločnosti“. Košice : Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach, 2025
6. KOROMHÁZ, P. Elektronické zdravotníctvo ako predpoklad pre poskytovanie zdravotných služieb v prostredí jednotného digitálneho trhu EÚ. In: MMK 2023: recenzovaný zborník príspevků mezinárodní vědecké konference. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2023, ISBN 978-80-87952-39-9. s. 341-346
7. KVETKOVÁ, Z. Nový zákon o ochrane spotrebiteľa – prehľad najdôležitejších zmien. [online]. Dostupné z: <https://www.epi.sk/clanok-z-titulky/novy-zakon-o-ochrane-spotrebiteľa-prehľad-najdôležitejších-zmien-akt-epi.htm>
8. ROKAŠ, P. Nová legislatíva o ochrane spotrebiteľa. [online]. Dostupné z: <https://www.prosman-pavlovic.sk/nova-legislativa-zakon-o-ochrane-spotrebiteľa-2024/>
9. VASSAY, K. Zakladá medzinárodná právomoc v spotrebiteľských zmluvách súčasne aj miestnu príslušnosť súdu? In: Zborník z XIV. medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov „Súdna moc v ére globalizácie, umelej inteligencie a ďalších trendov v spoločnosti“. Košice : Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach, 2025
10. VOJČÍK, P. Občianske právo hmotné. 3. vydanie. Plzeň : Aleš Čeněk, 2021. 382 s. ISBN 978-80-8380-719-1
11. Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky, Oznámenie o znížení ceny (§ 7 Zákona o ochrane spotrebiteľa). [online]. Dostupné z: <https://www.mhsr.sk/obchod/ochrana-spotrebiteľa/najcastejsie-otazky/najcastejsie-otazky-obchodnikov/oznamenie-o-znizeni-ceny-7-zakona-o-ochrane-spotrebiteľa?csrt=16781416333100182019>
12. Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov
13. Zákon č. 483/2001 Z. z. o bankách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
14. 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
15. Zákon č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
16. Zákon č. 251/2012 Z. z. o energetike a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

17. Zákon č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa v znení neskorších predpisov
18. Dôvodová správa k zákonu č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa

Spotrebitelia a obchodníci online: právne a ekonomické výzvy digitálnych trhov
Recenzovaný zborník vedeckých prác

Zostavovatelia: doc. JUDr. Renáta Bačárová, PhD., LL.M.
Mgr. Kristián Vassay

Vydavateľ: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach
Vydavateľstvo ŠafárikPress

Rok vydania: 2025
Počet strán: 154
Rozsah: 10,56 AH
Vydanie: prvé



DOI: <https://doi.org/10.33542/SAO-0475-0>
ISBN 978-80-574-0475-0 (e-publikácia)