

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

Obchodná fakulta

Martin Winkler a kolektív

PRÁVO V MARKETINGU

**Vydavateľstvo EKONÓM
2023**

Autori ©

JUDr. Ing. Martin Winkler, PhD. (vedúci autorského kolektívu) 1. časť, 4. časť (v kapitole 4.1. podkapitola 4.1.1. v spoluautorstve s E. Zlochom, v kapitole 4.3. podkapitola 4.3.1. v spoluautorstve s E. Zlochom a podkapitoly 4.3.2. a 4.3.3.), 7. časť (v kapitole 7.1. podkapitola 7.1.3. a kapitola 7.2.), 8. časť (kapitola 8.2.) a 9. časť (kapitola 9.1.)

JUDr. Michal Hutta, PhD. 2. časť (kapitoly 2.1. až 2.8.) a 7. časť (v kapitole 7.1. podkapitoly 7.1.1., 7.1.2. a 7.1.4.)

JUDr. Hana Magurová, PhD. LL.M. 6. časť, 9. časť (kapitola 9.3.) a 11. časť (v kapitole 11.2. podkapitoly 11.2.3. až 11.2.5.)

JUDr. Andrea Slezáková, PhD. LL.M. 8. časť (kapitola 8.1.), 9. časť (kapitola 9.2.) a 10. časť (v kapitole 10.2. podkapitoly 10.2.4. a 10.2.5.)

JUDr. Mgr. Eva Tináková, PhD. 5. časť a 9. časť (kapitoly 9.4. a 9.5.)

JUDr. Lenka Vačoková, PhD. 10. časť (kapitola 10.1. a v kapitole 10.2. podkapitoly 10.2.1. až 10.2.3. a 10.2.6. až 10.2.8.) a 11. časť (kapitola 11.1., v kapitole 11.2. podkapitoly 11.2.2. a 11.2.6.)

JUDr. Mária Veterníková, PhD. 3. časť, 11. časť (v kapitole 11.2. podkapitola 11.2.1.)

JUDr. Eubomír Zlocha, PhD. 2. časť (kapitoly 2.9. až 2.15.), 4. časť (v kapitole 4.1. podkapitola 4.1.1. v spoluautorstve s M. Winklerom, podkapitoly 4.1.2. až 4.1.7., kapitola 4.2. a v kapitole 4.3. podkapitola 4.3.1. v spoluautorstve s M. Winklerom a podkapitoly 4.3.4. a 4.3.5.)

Jazykový redaktor:

prom. fil. Igor Ďatko

Recenzenti:

doc. JUDr. Ing. Tomáš Moravec, PhD.

Mgr. Andrea Szakács, PhD.

Za odbornú stránku textu, korektúru a konečnú verziu publikácie zodpovedajú autori.

Schválené edičnou komisiou Obchodnej fakulty a zaradené do edičného plánu na rok 2023 ako učebnica. Učebnica vyšla s podporou Kultúrnej a edukačnej grantovej agentúry MŠVVaŠ SR (KEGA) ako výstup Projektu č. 041EU-4/2022 – Vytvorenie učebnice Právo v marketingu ako učebnej pomôcky pre novovytvorený predmet na EU

ISBN 978-80-225-5124-3

OBSAH

	Predslov	13
1. časť	POJEM, PREDMET A PRAMENE PRÁVA V MARKETINGU	15
	1.1. MARKETING A JEHO PRÁVNE PROSTREDIE	15
	1.2. POJEM PRÁVO V MARKETINGU	17
	1.3. PREDMET PRÁVA V MARKETINGU	23
	1.4. ŠPECIFICKÉ ZNAKY PRÁVA V MARKETINGU	26
	1.5. PRAMENE PRÁVA V MARKETINGU	28
	Použitá literatúra	33
2. časť	PRÁVO DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA	35
	2.1. VÝZNAM PRÁVA DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA PRE MARKETING	35
	2.2. SYSTÉM PRÁVA DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA	35
	2.3. AUTORSKÉ PRÁVO	37
	2.3.1. Autorské dielo	37
	2.3.2. Autorstvo a vznik autorského práva	42
	2.3.3. Obsah autorského práva	43
	2.3.4. Trvanie a zánik majetkových práv a voľné dielo	46
	2.3.5. Záonné licencie	46
	2.3.6. Osobitné režimy tvorby	48
	2.3.7. Ochrana autorského práva	49
	2.3.8. Zodpovednosť poskytovateľa služby zdieľania obsahu on-line	50
	2.3.9. Licenčné zmluvy	51
	2.4. PRÁVA VÝKONNÉHO UMELCA	57
	2.4.1. Umelecký výkon a výkonný umelec	57
	2.4.2. Obsah práva výkonného umelca	58
	2.4.3. Trvanie a zánik majetkových práv výkonného umelca a voľný umelecký výkon	59
	2.4.4. Záonné licencie	60
	2.5. PRÁVA VÝROBCOV ZVUKOVÝCH A AUDIOVIZUÁLNYCH ZÁZNAMOV	61
	2.5.1. Zvukový a audiovizuálny záznam, výrobcovia	

	zvukových a audiovizuálnych záznamov	61
2.5.2.	Obsah práv výrobcov zvukových a audiovizuálnych záznamov	62
2.5.3.	Trvanie a zánik majetkových práv výrobcov	63
2.5.4.	Zákonné licencie	63
2.6.	PRÁVA VYSIELATEĽOV	64
2.6.1.	Vysielateľ a vysielanie	64
2.6.2.	Obsah práva vysielateľov	64
2.6.3.	Trvanie a zánik majetkových práv vysielateľa	65
2.6.4.	Zákonné licencie	65
2.7.	PRÁVA VYDAVATEĽOV PERIODÍK	66
2.7.1.	Vydavateľ periodika a periodikum	66
2.7.2.	Obsah práva vydavateľov periodík	67
2.7.3.	Trvanie a zánik majetkových práv vydavateľa periodika	67
2.7.4.	Zákonné licencie	68
2.8.	KOLEKTÍVNA SPRÁVA PRÁV	68
2.8.1.	Vymedzenie kolektívnej správy práv	68
2.8.2.	Organizácie kolektívnej správy práv	69
2.8.3.	Dobrovoľná a povinná kolektívna správa práv	70
2.9.	LOGO	71
2.10.	OCHRANNÁ ZNÁMKA	72
2.11.	KNOW-HOW	80
2.12.	PRÁVO DIZAJNOV	82
2.13.	OZNAČENIA PÔVODU VÝROBKOV A ZEMEPISNÉ OZNAČENIA VÝROBKOV	86
2.14.	DOMÉNOVÉ MENÁ	90
2.15.	OBCHODNÉ MENO	95
	Použitá literatúra	96
3. časť	OCHRANA OSOBNOSTI	97
3.1.	VŠEOBECNÉ OSOBNOSTNÉ PRÁVO V OBJEKTÍVNOM ZMYSLE	97
3.2.	VŠEOBECNÉ OSOBNOSTNÉ PRÁVO V SUBJEKTÍVNOM ZMYSLE	99
3.2.1.	Pojem	99

3.2.2.	Pojmové znaky subjektívneho všeobecného osobnostného práva	100
3.2.3.	Vznik všeobecného osobnostného práva v subjektívnom zmysle	102
3.2.4.	Osobnostný vzťah a jeho prvky	103
3.2.5.	Obmedzenie osobnostných práv	109
3.3.	SANKCIE ZA PORUŠENIE, RESP. OHROZENIE VŠEOBECNÉHO OSOBNOSTNÉHO PRÁVA	112
3.3.1.	Druhy sankcií za porušenie, resp. ohrozenie všeobecného osobnostného práva	112
3.3.2.	Podmienky vzniku občianskoprávných sankcií podľa § 13 a 16 OZ	114
3.3.3.	Zbavenie sa občianskoprávných sankcií podľa § 13 a 16 OZ	117
3.3.4.	Subjekty občianskoprávných sankcií podľa § 13 a 16 OZ	118
3.4.	PRÁVNE PROSTRIEDKY OCHRANY PODĽA § 13 A 16 OZ	119
3.5.	VÝZNAM ČASU PRI UPLATNENÍ PRÁVA NA OCHRANU OSOBNOSTI PODĽA § 13 A 16 OZ	122
3.6.	OCHRANA OSOBNOSTI FYZICKEJ OSOBY V REKLAME	123
	Použitá literatúra	126
4. časť	REKLAMNÉ A MEDIÁLNE PRÁVO	128
4.1.	PRÁVNA ÚPRAVA REKLAMY	128
4.1.1.	Všeobecné právne požiadavky na reklamu	128
4.1.2.	Reklama alkoholických nápojov	138
4.1.3.	Reklama tabakových výrobkov	139
4.1.4.	Reklama zbraní a streliva	140
4.1.5.	Reklama liekov	141
4.1.6.	Reklama dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov	144
4.1.7.	<i>Soft law</i>	145
4.2.	PRÁVNA ÚPRAVA AUDIOVÍZIE	146
4.3.	REGULÁCIA MASOVOKOMUNIKAČNÝCH PROSTRIEDKOV	150
4.3.1.	Všeobecný výklad o mediálnych službách	150

	4.3.2. Regulácia jednotlivých typov poskytovateľov a nimi poskytovaných obsahových služieb	154
	4.3.3. Právna úprava propagácie v médiách	160
	4.3.4. Rada pre mediálne služby a <i>soft law</i>	163
	4.3.5. Právo publikácií	164
	Použitá literatúra	168
5. časť	OCHRANA OSOBNÝCH ÚDAJOV	169
	5.1. KONCEPCIA A HISTÓRIA OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV	169
	5.2. PRAMENE PRÁVNEJ ÚPRAVY OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV	170
	5.2.1. Nariadenie GDPR	170
	5.2.2. Ochrana osobných údajov vo vybraných právnych predpisoch Slovenskej republiky	171
	5.3. SUBJEKT A OBJEKT OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV	172
	5.3.1. Subjekty v oblasti ochrany osobných údajov	172
	5.3.2. Objekt ochrany osobných údajov – osobný údaj	173
	5.3.3. Spracúvanie osobných údajov	176
	5.3.4. Práva dotknutej osoby	180
	5.3.5. Povinnosti prevádzkovateľa a sprostredkovateľa	184
	Použitá literatúra	185
6. časť	HOSPODÁRSKA SÚŤAŽ	187
	6.1 PRÁVO HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE A OCHRANA HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE	187
	6.2. PRÁVNA ÚPRAVA PODĽA ZÁKONA O OCHRANE HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE	189
	6.2.1 Právo proti obmedzovaniu hospodárskej súťaže vo všeobecnosti	189
	6.2.2 Dohoda obmedzujúca súťaž (kartel)	189
	6.2.3. Zneužívanie dominantného postavenia na trhu (monopol)	190
	6.2.4. Iné formy nedovoleného obmedzovania súťaže	190
	6.2.5. Koncentrácia (fúzie)	192
	6.2.6. Protimonopolný úrad Slovenskej republiky	193

6.3.	PRÁVNA ÚPRAVA PODĽA OBCHODNÉHO ZÁKONNÍKA (PRÁVO PROTI NEKALEJ SÚŤAŽI)	194
6.3.1.	Generálna klauzula nekalej súťaže	194
6.3.2.	Osobitné skutkové podstaty nekalej súťaže	195
6.3.3.	Klamlivá reklama	196
6.3.4.	Klamlivé označenie tovaru a služieb	197
6.3.5.	Vyvolanie nebezpečenstva zámeny	197
6.3.6.	Parazitovanie na povesti	198
6.3.7.	Podplácanie	199
6.3.8.	Zľahčovanie	199
6.3.9.	Porušenie obchodného tajomstva	200
6.3.10.	Ohrozovanie zdravia a životného prostredia	200
6.3.11.	Právne prostriedky ochrany proti nekalej súťaži	201
	Použitá literatúra	202
7. časť	PRÁVNA REGULÁCIA ELEKTRONICKÉHO OBCHODU A ELEKTRONICKÝCH KOMUNIKÁCIÍ	205
7.1.	PRÁVNA REGULÁCIA ELEKTRONICKÉHO OBCHODU	205
7.1.1.	Pojem a pramene právnej úpravy elektronického obchodu (<i>e-commerce</i>)	205
7.1.2.	Všeobecný právny rámec regulácie elektronického obchodu	206
7.1.3.	Uzatváranie zmlúv na diaľku elektronickými prostriedkami	210
7.1.4.	Právna regulácia elektronického obchodu medzi podnikateľom a spotrebiteľom	213
7.2	PRÁVNA REGULÁCIA ELEKTRONICKÝCH KOMUNIKÁCIÍ	226
7.2.1.	Všeobecný úvod do právnej regulácie elektronických komunikácií	226
7.2.2.	Zmluva o poskytovaní elektronických komunikačných služieb	227
7.2.3.	Právna regulácia tzv. <i>cookies</i>	229
7.2.4.	Právna úprava priameho marketingu v oblasti elektronických komunikácií	230

	Použitá literatúra	231
8. časť	PRÁVNÁ REGULÁCIA CENOTVORBY A FORIEM PLATENIA	232
	8.1. PRÁVNÁ REGULÁCIA CENOTVORBY	232
	8.1.1. Všeobecný výklad o cenách	232
	8.1.2. Zákon o cenách	234
	8.1.3. Transferové oceňovanie	240
	8.2. FORMY PLATENIA CENY ZA TOVAR A SLUŽBY	244
	8.2.1. Hotovostné platby	244
	8.2.2. Bezhotovostné platby	246
	Použitá literatúra	248
9. časť	PRÁVNÁ REGULÁCIA DISTRIBÚCIE TOVAROV A SLUŽIEB	250
	9.1. VŠEOBECNE O PRÁVNEJ REGULÁCII DISTRIBÚCIE TOVAROV A SLUŽIEB	250
	9.1.1. Hodnotový a dodávateľský reťazec	250
	9.1.2. Právna regulácia jednotlivých činností v procese distribúcie	251
	9.1.3. Právna regulácia jednotlivých subjektov vystupujúcich v procese distribúcie	256
	9.2. DISTRIBÚCIA FINANČNÝCH SLUŽIEB	258
	9.2.1. Pojem finančných služieb a ich členenie	258
	9.2.2. Finančné sprostredkovanie	261
	9.2.3. Cezhraničné poskytovanie a sprostredkovanie finančných služieb	266
	9.2.4. Pojem klient a povinnosti vo vzťahu k nemu	267
	9.3. DISTRIBÚCIA PRODUKTOV A SLUŽIEB CESTOVNÉHO RUCHU	273
	9.3.1. Všeobecne o distribúcii v odvetví cestovného ruchu	273
	9.3.2. Formy a spôsoby distribúcie v odvetví cestovného ruchu	274
	9.3.3. Vybrané subjekty oprávnené distribuovať produkty a služby cestovného ruchu	277
	9.4. DISTRIBÚCIA LIEKOV	281
	9.5. DISTRIBÚCIA ALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV	287
	Použitá literatúra	289

10. časť	PRÁVNA ÚPRAVA OBCHODNOPRÁVNÝCH ZMLÚV	
	V OBLASTI MARKETINGU	293
10.1.	VŠEOBECNE O OBCHODNOPRÁVNÝCH ZMLUVÁCH	293
10.2.	NAJČASTEJŠIE POUŽÍVANÉ ZMLUVNÉ TYPY OBCHOD- NOPRÁVNÝCH ZMLÚV V OBLASTI MARKETINGU	294
10.2.1.	Všeobecný výklad	294
10.2.2.	Mandátna zmluva	296
10.2.3.	Komisionárska zmluva	298
10.2.4.	Zmluva o obchodnom zastúpení	300
10.2.5.	Zmluva o sprostredkovaní	311
10.2.6.	Licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva	317
10.2.7.	Franchisingová (franšízingová) zmluva	319
10.2.8.	Zmluva o výhradnom predaji	322
	Použitá literatúra	323
11. časť	PRÁVNA ÚPRAVA SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLÚV V OBLASTI	
	MARKETINGU	326
11.1.	VŠEOBECNE O SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLUVÁCH	326
11.1.1.	Vymedzenie pojmu spotrebiteľská zmluva	326
11.1.2.	Neprijateľné podmienky v spotrebiteľskej zmluve	326
11.2.	NAJČASTEJŠIE POUŽÍVANÉ ZMLUVNÉ TYPY SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLÚV V OBLASTI MARKETINGU	328
11.2.1.	Kúpna zmluva	328
11.2.2.	Zmluva o dielo	345
11.2.3.	Zmluva o zájazde	351
11.2.4.	Zmluva o ubytovaní	354
11.2.5.	Zmluva o preprave	356
11.2.6.	Spotrebiteľské súťaže	358
	Použitá literatúra	360

Použité skratky a značky

AZ	zákon č. 185/2015 Z. z. autorský zákon v znení neskorších predpisov
GDPR	Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov (Ú. v. EÚ L 119/1, 4.5.2016) v aktuálnom znení
Nariadenie	Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov (Ú. v. EÚ L 119/1, 4.5.2016) v aktuálnom znení
ObZ	zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov
OZ	zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov
smernica o obchodných zástupcoch	Smernica Rady č. 86/653/EHS z 18. decembra 1986 o koordinácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa samostatných obchodných zástupcov (Ú. v. ES L 382, 31.12.1986) v aktuálnom znení
Úrad	Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb SR
Ústava	ústavný zákon č. 460/1992 Zb. Ústava Slovenskej republiky
ústavný zákon	ústavný zákon č. 357/2004 Z. z. o ochrane verejného záujmu pri výkone funkcií verejných funkcionárov v znení neskorších predpisov
zákon o audiovizii	zákon č. 40/2015 Z. z. o audiovizii a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
zákon o cenách	zákon Národnej rady Slovenskej republiky č. 18/1996 Z. z. o cenách v znení neskorších predpisov
zákon o cenných papieroch	zákon č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch a investičných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o cenných papieroch) v znení neskorších predpisov

zákon o dani z príjmov	zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov
zákon o finančnom sprostredkovaní	zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
zákon o liekoch	zákon č. 362/2011 Z. z. o liekoch a zdravotníckych pomôckach a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
zákon o mediálnych službách	zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
zákon o ochrane hospodárskej súťaže	zákon č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
zákon o ochrane OÚ	zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
zákon o publikáciách	zákon č. 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizie a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
zákon o reklame	zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
ZAML	zákon č. 297/2008 Z. z. o ochrane pred legalizáciou príjmov z trestnej činnosti a o ochrane pred financovaním terorizmu a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
ZEK	zákon č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách v znení neskorších predpisov
ZoD	zákon č. 444/2002 Z. z. o dizajnoch v znení neskorších predpisov
ZOE	zákon č. 22/2004 Z. z. o elektronickom obchode a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení zákona č. 284/2002 Z. z. v znení neskorších predpisov
ZoPV	zákon č. 469/2003 Z. z. o označeniach pôvodu výrobkov a zemepisných označeniach výrobkov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

ZOS	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
ZOSD	zákon č. 102/2014 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
ZOSFD	zákon č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
ZOZ	zákon č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov
ZPS	zákon č. 492/2009 Z. z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

Predslov

Doterajší stav, kedy boli študenti ekonómie vzdelávaní v oblasti práva na báze jednotlivých právnych odvetví (napr. občianske právo, obchodné právo, finančné právo a i.) alebo ich pododvetví (napr. spotrebiteľské právo, právo obchodných spoločností či právo finančného trhu) už nezohľadňoval aktuálne trendy vo vzdelávaní ani potrebu uplatnenia právnych vedomostí v praxi. Dôležitou potrebou súčasnosti je optimálna príprava absolventov na požiadavky trhu práce, pričom primerané vedomosti z oblasti práva alebo aspoň tzv. právne minimum sú v tomto smere nevyhnutnosťou. Právne informácie však musia byť adresné a musia zodpovedať profilu absolventa.

Ambíciou predkladanej publikácie je nasledovať uvedené trendy. Bude slúžiť ako učebnica pre rovnomenný predmet vyučovaný na Obchodnej fakulte Ekonomickej univerzity v Bratislave. Študentom marketingu má poskytnúť prierezové právne vedomosti v oblasti marketingového manažmentu, marketingovej komunikácie, produktového manažmentu, public relations, IT a obchodu, ktoré využijú v praxi. Ide o prvú učebnú pomôcku s takýmto zameraním v Slovenskej republike. Vzhľadom na to veríme, že nájde uplatnenie aj na iných vysokých školách a tiež v praxi, keďže podľa našich vedomostí v súčasnosti neexistuje ani žiaden špecializovaný kurz právneho minima pre špecialistov pôsobiacich v oblasti marketingovej komunikácie, médií či produktového manažmentu.

Autori pri písaní učebnice využili výsledky aplikovaného výskumu zameraného na identifikáciu tých právnych aspektov týkajúcich sa marketingového manažmentu, on-line marketingu a ďalších tematických oblastí učebnice, ktoré sú najviac aktuálne v praxi. V rámci svojho výskumu tiež identifikovali najčastejšie zmluvné typy používané v marketingovom manažmente, a to tak v rámci obchodnoprávnych (B2B), ako aj spotrebiteľských (B2C) vzťahoch a podrobne ich v učebnici spracovali. Najnáročnejšou výzvou však bola identifikácia a popis súkromnoprávnej a verejnoprávnej regulácie marketingového mixu (4P – *product, place, price, promotion*). Keďže takéto prierezové spracovanie uvedenej právnej regulácie nebolo v domácej odbornej literatúre doteraz vykonané, učebnica obsahuje aj niektoré teoretické východiská skúmania styčných bodov medzi právom a marketingom vrátane zadefinovania práva v marketingu ako oblasti vedeckého skúmania, jeho predmetu, prameňov i špecifických znakov (pozri prvú časť predkladanej učebnice).

V rámci prípravy učebnej pomôcky autori konzultovali viaceré otázky s odborníkmi z praxe pôsobiacimi v oblasti marketingového manažmentu, obchodu i marketingovej komunikácie, ako aj s kolegami – vysokoškolskými pedagógmi z iných katedier Ekonomickej

univerzity, osobitne z Katedry marketingu Obchodnej fakulty, ako aj zo spolupracujúcich vysokých škôl. V spolupráci s týmito odborníkmi bola ustálená obsahová náplň učebnice, ktorá je čitateľovi aktuálne predkladaná. Za cenné podnety a námety im v mene celého autorského kolektívu vyjadrujem úprimnú vďaku. Osobitne chcem poďakovať za spoluprácu prof. Ing. Eve Hanulákovej, PhD., vedúcej Katedry marketingu OF EU, doc. JUDr. Nicole Grmelovej, PhD., vedúcej Katedry podnikového a evropského práva Fakulty mezinárodných vzťahů VŠE v Prahe a prof. JUDr. Martinovi Boháčkovi, CSc., členovi tejto katedry, ako aj Ing. Petrovi Královi, PhD., vedúcemu Katedry mezinárodního podnikání FMV VŠE v Prahe. Rovnako ďakujem recenzentom doc. JUDr. Ing. Tomášovi Moravcovi, PhD. z FMV VŠE v Prahe a Mgr. Andrei Szakács, PhD. z Právnickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave za starostlivé posúdenie rukopisu učebnice.

Učebnica zohľadňuje platný právny stav k 30. 9. 2023.

V Bratislave, november 2023

JUDr. Ing. Martin Winkler, PhD.
vedúci autorského kolektívu

1. POJEM, PREDMET A PRAMENE PRÁVA V MARKETINGU

1.1. MARKETING A JEHO PRÁVNE PROSTREDIE

Čo je to marketing? Nad touto otázkou sa zamýšľajú teoretici aj praktici už vyše sto rokov. Marketing vznikol začiatkom 20. storočia v USA ako dôsledok situácie, ktorá sa prejavovala nadvýrobou v poľnohospodárstve. Trh sa vyznačoval prevahou ponuky nad dopytom a nízkou kúpyschopnosťou obyvateľstva. Preto sa aj počiatočná orientácia marketingu sústreďovala na distribúciu poľnohospodárskych produktov.¹ Marketing sa v tom čase považoval za distribučnú funkciu a aj neskôr v 30. rokoch 20. storočia, keď sa začal vyučovať na amerických univerzitách, sa stále považoval len za „pravú ruku predaja“.²

Dnes je chápanie marketingu oveľa komplexnejšie. Jedna z najnovších definícií marketingu ho vníma ako strategickú podnikateľskú funkciu, ktorá vytvára hodnotu poznaním a uspokojovaním požiadaviek zákazníkov. Robí to budovaním značiek, podporou inovácií, rozvíjaním obchodných vzťahov, vytváraním zákazníckych služieb a výhodami. Marketing zameraný na zákazníka prináša návratnosť investícií a príspevok k pozitívnej zmene v správaní zákazníkov a organizácií a k udržateľnej podnikateľskej budúcnosti.³

Niektorí autori rozlišujú chápanie marketingu z celospoločenského hľadiska a podnikového hľadiska. Z celospoločenského hľadiska je marketing vnímaný ako spoločenský a riadiaci proces, v ktorom jednotlivci a skupiny získavajú prostredníctvom vytvárania a výmeny produktov a hodnôt to, čo potrebujú a chcú. Z podnikového hľadiska je marketing vnímaný ako organizačná funkcia a súbor procesov na vytváranie, poskytovanie a komunikovanie hodnôt zákazníkom a na riadenie vzťahov so zákazníkmi takým spôsobom, aby z toho mali prospech tak podnik, ako aj záujmové skupiny (stakeholderi).⁴

V tejto učebnici sa zameriame na marketing z podnikového (mikroekonomického) hľadiska. Aby podnik (podnikateľ) dosiahol svoje marketingové ciele, používa určitú skupinu marketingových nástrojov, pre ktoré sa vžil pojem marketingový mix. Prvý použil tento pojem prof. Neil Borden v roku 1964 s tým, že pozostával z 12 nástrojov, ktoré následne E. J. McCarthy zredukoval na štyri základné, tzv. 4P – produkt (*product*), cena (*price*), miesto alebo distribúcia (*place*) a marketingová komunikácia (*promotion*). Ďalší autori pridávali ďalšie P,

¹HANULÁKOVÁ, E., DRÁBIK, P., ORESKÝ, M., ŽÁK, Š. *Marketing. Nástroje, stratégie, ľudia a trendy*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 16.

²Tamže.

³Definícia M. R. Solomona z r. 2019. Cit. podľa: tamže, s. 12.

⁴KITA, J. a kol.: *Marketing*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017, s. 43.

napr. ľudia (*people*), politika (*politics*) či verejná mienka (*public opinion*).⁵ Pre úplnosť treba dodať, že v teórii existujú aj ďalšie koncepcie marketingového mixu, napr. 4S, nový model 4P navrhnutý Arussym, 4A či 4C.⁶ V tejto učebnici budeme vychádzať z pôvodného McCarthyho modelu 4P.

Pri tvorbe vlastnej marketingovej stratégie musí podnikateľ brať do úvahy nielen mikroekonomické kritériá, ktoré sa ho bezprostredne dotýkajú, či už interné (napr. vlastné kapitálové zdroje, cash-flow, výrobné kapacity, spôsobilosť a schopnosti zamestnancov a pod.) alebo externé (kapacitu a dodacie lehoty dodávateľov, ceny vstupných surovín, kapacitu distribučných kanálov, preferencie odberateľov a pod.), ale aj vplyvy vonkajšieho prostredia, v ktorom pôsobí. Takýmto spôsobom musí zohľadňovať najmä demografické, ekonomické, technologické, prírodné, kultúrne, ale i politicko-právne prostredie.⁷

Politicko-právne prostredie zahŕňa nielen legislatívne prostredie, ale napr. aj pôsobenie rôznych záujmových skupín a neziskových organizácií pôsobiacich na verejnú mienku, osvetu a vzdelávanie, čo môže mať následne vplyv aj na vytváranie záväzných právnych noriem. Podnikateľ by sa mal tomuto prostrediu nielen pasívne prispôbovať, ale ho aj aktívne formovať, či už samostatne alebo v rámci rôznych asociácií či záujmových združení, napr. pripomienkovaním pripravovanej legislatívy, formovaním verejnej mienky prostredníctvom nástrojov vzťahov s verejnosťou (*public relations*) alebo financovaním rôznych vzdelávacích alebo osvetových aktivít.⁸

V tejto učebnici sa zameriavame práve na právne prostredie, ktoré musí podnikateľ zohľadňovať pri tvorbe marketingovej stratégie a využívaní nástrojov marketingového mixu. Právo má však svoju vlastnú logiku, na základe ktorej reguluje procesy v spoločnosti a nevychádza pritom z koncepcií marketingových teoretikov. Právna veda je tiež nepomerne staršia ako moderná marketingová veda. Právo je staré ako ľudstvo samo, aj keď spočiatku bolo nepísané. Najstarší dochovaný písaný kódex je Chammurapiho zákonník (1792 – 1750 pred Kr.), aj ten však len nadväzoval na staršie, dodnes nezachované zákony.⁹

Právny poriadok je vystavaný hierarchicky a štruktúrovane. Základnou jednotkou, t. j. najmenším stavebným kameňom právneho poriadku je právna norma. **Právne normy** sú

⁵HANULÁKOVÁ, E., DRÁBIK, P., ORESKÝ, M., ŽÁK, Š. *Marketing. Nástroje, stratégie, ľudia a trendy*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 32.

⁶Tamže, s. 33-37.

⁷Tamže, s. 55 a nasl.

⁸Tamže, s. 66.

⁹PECHA, L. "Oko za oko, zub za zub." Babylon, Chammurapiho vláda a najznámejší zákonník staroveku. In *Historická revue* [online]. Dostupné na: <https://historickarevue.sme.sk/c/22528916/oko-za-oko-zub-za-zub-babylon-chammurapiho-vlada-a-najznamejsi-zakonnik-staroveku.html>

všeobecne záväzné pravidlá správania, vyjadrené v štátnom stanovenej alebo uznanej forme, ktorých dodržiavanie je vynútiteľné štátnou mocou.¹⁰ Nachádzajú sa v tzv. **formálnych prameňoch práva** (ďalej aj len „pramene práva“), ktoré predstavujú formy, v ktorých sú obsiahnuté právne normy¹¹. V štátoch kontinentálneho právneho systému, kam patrí aj Slovenská republika, je najvýznamnejším prameňom práva právny predpis (napr. zákon, nariadenie vlády, vyhláška ministerstva). Ďalšími prameňmi práva vo všeobecnosti sú normatívne zmluvy, súdne precedensy a právna obyčaj.¹² Aj v Slovenskej republike nájdeme pramene práva, ktoré môžu byť zaradené do týchto kategórií. Keďže Slovenská republika je členským štátom Európskej únie, medzi pramene práva záväzné na jej území je potrebné zaradiť aj pramene práva Európskej únie. Spomedzi nich majú najväčší význam tie, ktoré majú priamy účinok na slovenské vnútroštátne subjekty, a to legislatívne akty s priamym účinkom (nariadenia a rozhodnutia, výnimočne aj smernice) a aj niektoré nelegislatívne akty.¹³

1.2. POJEM PRÁVO V MARKETINGU

Právnych noriem je v právnom poriadku väčšiny štátov sveta veľké množstvo, niekedy dokonca platia viaceré popri sebe, pričom upravujú tú istú problematiku rôznym spôsobom. Aby v tom nevznikli zmätok a pochybnosť, ktorá právna norma má prednosť, je právny poriadok konkrétneho štátu (teda súhrn právnych noriem, ktoré platia na jeho území) **hierarchicky usporiadaný**. Pramene práva, a teda aj právne normy sú zoradené podľa stupňa právnej sily. V Slovenskej republike platí takáto hierarchia prameňov práva, a teda aj právnych noriem, ktoré sú v nich obsiahnuté (od najvyššieho po najnižší stupeň právnej sily):

1. ústavný zákon č. 460/1992 Zb. Ústava Slovenskej republiky (ďalej len „Ústava“) a ústavné zákony,
2. výsledky platného celoštátneho referenda¹⁴,
3. pramene práva EÚ s priamym účinkom (čl. 7 ods. 2 Ústavy)¹⁵ a medzinárodné zmluvy o ľudských právach a základných slobodách, medzinárodné zmluvy, na vykonanie ktorých nie je potrebný zákon, a medzinárodné zmluvy, ktoré priamo zakladajú práva

¹⁰HOLUB, D. a kol. *Základy práva pre ekonómov*. 2. vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 31.

¹¹Tamže, s. 21.

¹²Tamže. Tiež JANKŮ, M. a kol. *Základy práva pre poslucháčov právnických fakúlt*. Bratislava: C. H. Beck, 2012, s. 10.

¹³Bližšie pozri HOLUB, D. a kol. *Základy práva pre ekonómov*. 2. vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 68-72.

¹⁴Tamže, s. 25.

¹⁵DRGONEC, J. *Ústava Slovenskej republiky. Komentár*. Šamorín: Heuréka, 2012, s. 238-239.

alebo povinnosti fyzických osôb alebo právnických osôb a ktoré boli ratifikované a vyhlásené spôsobom ustanoveným zákonom (čl. 7 ods. 5 Ústavy),

4. zákony a ostatné medzinárodné zmluvy neuvedené ad 3., ak boli vyhlásené v Zbierke zákonov (§ 20 ods. 2 a 3 zákona č. 400/2015 Z. z. o tvorbe právnych predpisov a o Zbierke zákonov Slovenskej republiky),
5. nariadenia vlády na vykonanie zákona, aproximačné nariadenia vlády na vykonanie Zmluvy o fungovaní Európskej únie, všeobecne záväzné právne predpisy ministerstiev a ostatných ústredných a miestnych orgánov štátnej správy,
6. všeobecne záväzné nariadenia obcí a vyšších územných celkov vydané vo veciach územnej samosprávy a na plnenie úloh vyplývajúcich samospráve zo zákona,
7. všeobecne záväzné nariadenia obcí a vyšších územných celkov vydané vo veciach prenesenej štátnej správy,¹⁶
8. nepísané pramene práva (napr. dobré mravy, právna obyčaj, obchodné zvyklosti či zásady, na ktorých spočíva Obchodný zákonník).

O vzájomnom súlade právnych predpisov a medzinárodných zmlúv v zmysle uvedenej hierarchie rozhoduje Ústavný súd Slovenskej republiky (čl. 125, 125a Ústavy) tzv. nálezom (§ 64 zákona č. 314/2018 Z. z. o Ústavnom súde Slovenskej republiky). Tento nález sa zverejňuje v Zbierke zákonov a tiež sa považuje za prameň práva. Je to vlastne jediný prípad, keď sa aj v Slovenskej republike rozhodnutie súdneho orgánu považuje za prameň práva.¹⁷

Právny poriadok je členený nielen hierarchicky (vertikálne), ale aj **horizontálne**. Základné horizontálne členenie právnych noriem je na **verejnoprávne** a **súkromnoprávne**. Rozlišujúcimi kritériami tohto členenia právnych noriem sú:

- a) vzťah medzi subjektmi, ktorých práva a povinnosti alebo právne postavenie je regulované právnymi normami,
- b) prítomnosť alebo neprítomnosť autonómie vôle subjektov,
- c) kogentnosť alebo dispozitívnosť právnych noriem, t. j., či sa možno od nich odchýliť alebo nie.¹⁸

Ad a): Pre súkromnoprávne normy je typické rovné postavenie subjektov, keď žiadny zo subjektov súkromnoprávneho vzťahu nemôže jednostranne inému subjektu uložiť povinnosť alebo založiť jeho právo. Ukladať povinnosti alebo zakladať práva možno v zásade len so súhlasom dotknutého subjektu. Súkromnoprávne normy upravujú teda vzťahy koordinačné. V

¹⁶HOLUB, D. a kol. *Základy práva pre ekonómov*. 2. vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 25

¹⁷Na rozdiel od štátov angloamerického právneho systému, kde je súdny precedens hlavným prameňom práva.

¹⁸KNAPP, V., KNAPPOVÁ, M. a kol. *Občanské právo hmotné*. Svazek I. Praha : Codex, 1997, s. 46-47, 82.

prípade verejnoprávnych noriem je to presne naopak – jeden subjekt v nadriadenom postavení (zvyčajne štátny orgán alebo iný orgán verejnej moci) môže jednostranne a bez súhlasu druhého subjektu, ktorý je v podriadenom postavení, ukladať mu povinnosti alebo zakladať mu práva. Nevyžaduje sa pritom jeho súhlas. Verejnoprávne normy upravujú teda vzťahy subordinačné (vzťahy nadriadenosti a podriadenosti).

Ad b): Autonómia vôle znamená, že subjekt sa môže slobodne rozhodnúť, či nejaký právny úkon vykoná alebo nevykoná alebo ako ho vykoná. Pre súkromné právo je autonómia vôle strán typická. Tento princíp charakterizuje čl. 2 ods. 3 Ústavy, podľa ktorého každý môže konať, čo nie je zákonom zakázané, a nikoho nemožno nútiť, aby konal niečo, čo zákon neukladá. Naopak, vo verejnoprávnych vzťahoch štátne alebo iné verejnoprávne orgány autonómiou vôle nedisponujú. Sú vo svojom rozhodovaní obmedzené zákonom. Nemajú pri svojom rozhodovaní slobodu, ale môžu konať len v medziach zákonov. Charakterizuje to čl. 2 ods. 2 Ústavy, podľa ktorého štátne orgány môžu konať iba na základe ústavy, v jej medziach a v rozsahu a spôsobom, ktorý ustanoví zákon.¹⁹

Ad c): Kogentné sú také právne normy, ktorých použitie nemôže byť prejavmi vôle účastníkov právneho úkonu, s ohľadom na váhu verejných záujmov, ktoré vyjadrujú, platne vylúčené ani obmedzené, t. j., od ktorých sa nemôže právny úkon platne odchyliť.²⁰ Naopak, dispozitívne právne normy sú také právne normy, ktorých použitie môže byť vylúčené súhlasným prejavom vôle účastníkov právneho úkonu.²¹ Súkromnoprávne pramene práva obsahujú typicky dispozitívne právne normy, aj keď niektoré z ich právnych noriem majú kogentný charakter. Naopak, verejnoprávne zákony obsahujú najmä kogentné právne normy, aj keď niektoré majú aj prvky dispozitívnosti.²²

Podrobnejším horizontálnym členením systému právnych noriem (právneho poriadku) je jeho členenie na **právne odvetvia**. **Verejnoprávnymi odvetviami** sú:

- ústavné (štátne) právo,
- správne (administratívne) právo,
- trestné právo,
- finančné právo,
- právo životného prostredia²³ (niektorí autori ho považujú za integrálnu súčasť správneho práva) a

¹⁹WINKLER, M. a kol. *Právo v medzinárodnom obchode*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 62.

²⁰KNAPP, V., KNAPPOVÁ, M. a kol. *Občanské právo hmotné. Svazek I*. Praha : Codex, 1997, s. 82.

²¹Tamže, s. 83.

²²WINKLER, M. a kol. *Právo v medzinárodnom obchode*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 62.

²³JANKŮ, M. a kol. *Základy práva pre poslucháčov neprávnických fakúlt*. Bratislava: C. H. Beck, 2012.

- právo sociálneho zabezpečenia²⁴.

Súkromnoprávnymi odvetviami sú:

- občianske právo hmotné a procesné ako všeobecné súkromné právo, kam patrí aj právo duševného vlastníctva (porov. § 1 ods. 3 Občianskeho zákonníka) a ako osobitné súkromnoprávne odvetvia:
- obchodné právo,
- rodinné právo,
- pracovné právo a
- medzinárodné právo súkromné.²⁵

Ako teda dať do súladu, resp. čo najvhodnejšie koncepcne podať výklad obsahu právnych noriem, ktoré ovplyvňujú marketingové rozhodovanie podnikateľa? Rozhodli sme sa tentoraz opustiť striktnú právnu metodológiu a pozrieť sa na problematiku právnej regulácie z pohľadu podnikateľa, ktorý rozhoduje o použití konkrétnych nástrojov marketingového mixu. Jeho vnímanie je dvojaké:

- a) **komplexný pohľad podnikateľa na právne prostredie**, v ktorom podniká, a
- b) **konkrétne zameraný pohľad** podnikateľa na jednotlivé aspekty právnej regulácie, ktoré ovplyvňujú jeho rozhodnutia o použití marketingových nástrojov.

Ad a): Právne prostredie má vplyv na každé podnikanie, nech je jeho predmetom čokoľvek. Každý podnikateľ musí riešiť problematiku rôznych povolení, ktoré sa vyžadujú pre jeho činnosť, vedenia účtovníctva, zdaňovania, voľby vhodnej právnej formy pre svoje podnikanie, zmluvných vzťahov, ochrany spotrebiteľa, pracovnoprávných vzťahov so svojimi zamestnancami a ich odvodových povinností. Pre tento komplexný pohľad podnikateľa na právne prostredie, ktoré ho obklopuje, postačuje členenie právnych noriem do jednotlivých odvetví, tak ako sme ho už popísali. Formy podnikania a zmluvné vzťahy podnikateľov reguluje obchodné právo. Zdaňovaním a riadnym vedením účtovníctva sa zaoberá finančné právo. Ochranu spotrebiteľa a problematiku spotrebiteľských zmlúv upravuje spotrebiteľské právo ako pododvetvie občianskeho práva, ktorého špecifikom je veľa kogentných noriem. Pracovnoprávne vzťahy a odvodové povinnosti zamestnávateľov i zamestnancov regulujú pracovné právo s právom sociálneho zabezpečenia, ktoré býva niektorými autormi považované za samostatné verejnoprávne odvetvie. Otázky udelenia rôznych povolení i samotného vzniku

²⁴OTTOVÁ, E. *Teória práva*. Bratislava: Vydavateľské oddelenie Právnickej fakulty UK, 2004, s. 173.

²⁵JANKŮ, M. a kol. *Základy práva pre poslucháčov neprávnických fakúlt*. Bratislava: C. H. Beck, 2012, s. 10. Treba dodať, že autor k súkromnoprávnym odvetviam radí aj družstevné právo, s týmto názorom však nesúhlasíme, a preto ho ani v tomto výpočte neuvádzame.

živnostenského oprávnenia rieši správne (administratívne) právo. Pre každé z týchto odvetví existuje samostatná učebnica (vrátane učebníc publikovaných členmi Katedry obchodného práva Obchodnej fakulty EU), ktorej prečítanie postačí podnikateľovi na to, aby si vytvoril o príslušnej právnej regulácii základný prehľad. Avšak keď dávame osobitný zreteľ na podnikateľa, ktorý robí rozhodnutia o svojej marketingovej stratégii a rozmýšľa nad správnym uplatnením nástrojov marketingového mixu, zodpovedanie niektorých právnych otázok je preňho osobitne dôležité. Súbory právnych noriem v tomto zmysle nemožno roztriediť podľa jednotlivých marketingových nástrojov, pretože svojou komplexnosťou prestupujú viaceré alebo všetky z nich. Ide o problematiku:

- práva hospodárskej súťaže, ktorého súkromnoprávna časť (nekalá súťaž) spadá do právneho odvetvia obchodného práva a verejnoprávna časť (obmedzovanie hospodárskej súťaže) spadá do správneho práva,
- regulácie ochrany osobných údajov spadajúcej do verejnoprávneho odvetvia – správneho práva,
- regulácie infraštruktúry využívanej podnikateľom v 21. storočí, a to v rámci elektronického obchodovania a elektronických komunikácií, ktorú taktiež možno zaradiť do právneho odvetvia správneho práva,
- právnej úpravy zmluvných vzťahov typicky využívaných v oblasti marketingu, ktorá spadá do rámca súkromnoprávných odvetví – občianskeho a obchodného práva.

Domnievame sa, že týmto otázkam musí podnikateľ pri svojom strategickom plánovaní či operatívnom rozhodovaní venovať zvýšenú pozornosť, už len preto, že za porušenie niektorých povinností z už uvedených okruhov právnych noriem mu hrozia vôbec najvyššie peňažné sankcie v našom právnom poriadku (za porušenie zákona č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže pokuta až 10 % celosvetového obratu za predchádzajúce účtovné obdobie, za porušenie povinností v oblasti ochrany osobných údajov pokuta až 4 % celosvetového obratu za predchádzajúce účtovné obdobie a za neoprávnené ukladanie tzv. *cookies* v koncovom zariadení užívateľa pokuta až 5 % z obratu za predchádzajúce účtovné obdobie). Taktiež kvalitne nastavené zmluvné vzťahy nielen z ekonomickej, obchodnej a technickej, ale aj z právnej stránky sú kľúčom k dobrým vzťahom s dodávateľmi, odberateľmi (a osobitne spotrebiteľmi) i spolupracujúcimi podnikateľmi, a teda aj základom podnikateľského úspechu. Zo všetkých týchto dôvodov navrhujeme tieto pododvetvia alebo samostatné celky jednotlivých právnych odvetví zaradiť do obsahu práva v marketingu a každému z nich venovať samostatnú časť v tejto učebnici.

Ad b): V ostatných záležitostiach pristupujeme k regulatórnemu prostrediu systematicky, a to tak, že budeme podrobnejšie skúmať vplyv právneho prostredia na použitie jednotlivých marketingových nástrojov, konkrétne:

1. vo vzťahu k **prvému P (product)** popíšeme právnu reguláciu produktu, či už ide o hmotný produkt (hnuteľnú alebo nehnuteľnú vec – tovar) alebo službu,
2. vo vzťahu k **druhému P (price)** popíšeme právnu reguláciu:
 - a) cenotvorby a
 - b) foriem a spôsobov platenia ceny,
3. vo vzťahu k **treťmu P (place)** sa zameriame na právne predpisy regulujúce jednotlivé formy a spôsoby distribúcie produktov zákazníkom, a to:
 - a) vo všeobecnej rovine z hľadiska:
 - jednotlivých procesov distribúcie a logistiky, ako aj
 - subjektov, ktoré sa na týchto procesoch zúčastňujú, a tiež
 - b) špecifiká právnej regulácie vo vzťahu k niektorým vybraným tovarom a službám,
4. vo vzťahu k **štvrtému P (promotion)** sa zameriame na právnu reguláciu marketingovej komunikácie, a to:
 - a) vo všeobecnej rovine zohľadňujúc jej kreatívnu stránku popisom právnych predpisov regulujúcich predmety duševného vlastníctva a ochranu osobnosti a
 - b) v konkrétnej rovine zohľadňujúc jednotlivé regulované formy marketingovej komunikácie, konkrétne právnu úpravu reklamy a mediálne právo.

Týmto postupom sa dostávame aj k definovaniu práva v marketingu. Právo v marketingu nie je samostatné právne odvetvie. Združuje právne normy viacerých právnych odvetví, ktoré majú spoločné to, že regulujú marketingové aktivity podnikateľov.

Právo v marketingu je účelovo usporiadaný súbor právnych noriem rôznych právnych odvetví, ktoré spája ich spoločný účel, a to úprava právnych vzťahov vznikajúcich pri realizácii marketingových aktivít podnikateľa, najmä nástrojov marketingového mixu (4P – *product, price, place, promotion*) a príbuzných a súvisiacich oblastí (ako napr. ochrana dát a osobných údajov, hospodárska súťaž vrátane nekalej súťaže, elektronický obchod a elektronické komunikácie a pod.).

Právo v marketingu tak obsahovo spája oba aspekty vzťahu podnikateľa k regulatórnemu (právnomu) prostrediu, ktoré ho ovplyvňuje – komplexný i konkrétne cieľovo orientovaný podľa nástrojov marketingového mixu.

1.3. PREDMET PRÁVA V MARKETINGU

Na pojem práva v marketingu nadväzuje aj jeho predmet úpravy. Každé právne odvetvie (i pododvetvie) upravuje právne vzťahy subjektov práva. To platí i pre právo v marketingu ako účelovo usporiadaný súbor právnych noriem (pozri kapitolu 1.2.). Predmetom úpravy práva v marketingu sú tak predovšetkým **právne vzťahy**. Právny vzťah je právom regulovaný spoločenský vzťah, v ktorom jeho účastníci vystupujú ako nositelia konkrétnych vzájomných oprávnení a právnych povinností. Právny vzťah sa teda vyznačuje korelatívnosťou.²⁶ To znamená, že konkrétnemu právu (oprávneniu) jedného subjektu vždy zodpovedá povinnosť iného subjektu.

Prvkami každého právneho vzťahu sú:

- a) subjekty,
- b) objekt a
- c) obsah.

Ad a): Právo v marketingu ako účelovo usporiadaný súbor právnych noriem vychádza pri definovaní **subjektov**, ktoré v ním regulovaných vzťahoch vystupujú, z jednotlivých právnych odvetví. V súkromnoprávných (horizontálnych) vzťahoch ide vo všeobecnosti o fyzické a právnické osoby a konkrétne predovšetkým o podnikateľov (v obchodnom práve) a dodávateľov a spotrebiteľov (vo vzájomnom vzťahu v spotrebiteľskom práve ako pododvetví občianskeho práva). **Podnikateľom** je podľa § 2 ods. 2 Obchodného zákonníka (ObZ):

1. osoba zapísaná v obchodnom registri,
2. osoba, ktorá podniká na základe živnostenského oprávnenia,
3. osoba, ktorá podniká na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov,
4. fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa osobitného predpisu (zákona č. 105/1990 Zb. o súkromnom podnikaní občanov).

Keďže dôležitú rolu pri používaní nástrojov marketingového mixu, osobitne marketingovej komunikácie zohráva kreativita (tvorivosť), významnú pozíciu v právnych vzťahoch regulovaných právom v marketingu majú právne vzťahy práva duševného vlastníctva ako pododvetvia občianskeho práva. S nimi súvisia občianskoprávne vzťahy týkajúce sa ochrany osobnosti. Najdôležitejšiu rolu v týchto vzťahoch však nehrajú podnikatelia, ale

²⁶OTTOVÁ, E. *Teória práva*. Bratislava: Vydavateľské oddelenie Právnickej fakulty UK, 2004, s. 185.

tvorcovia, resp. dotknuté osoby, ktorými sú vždy **fyzické osoby, ktoré nemajú**, resp. nemusia mať **postavenie podnikateľa** (napr. autor, majiteľ ochrannej známky, pôvodca dizajnu a i.).

Dodávateľ je osoba (fyzická alebo právnická), ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy koná v rámci predmetu svojej obchodnej alebo inej podnikateľskej činnosti (§ 52 ods. 3 Občianskeho zákonníka – OZ). Dodávateľa teda možno (okrem určitých výnimiek, keď síce vykonáva podnikateľskú činnosť, ale nemá na ňu podnikateľské oprávnenie) stotožniť s podnikateľom. Naopak, **spotrebiteľom** je fyzická osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej obchodnej činnosti alebo inej podnikateľskej činnosti (§ 52 ods. 4 OZ). Spotrebiteľom teda môže byť aj fyzická osoba – podnikateľ, ak nekoná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti (napr. nakupuje tovar pre svoju osobnú potrebu). Prostredníctvom definície týchto dvoch subjektov je vytvorená aj definícia spotrebiteľskej zmluvy, ktorou je každá zmluva bez ohľadu na právnu formu, ktorú uzatvára dodávateľ so spotrebiteľom (§ 52 ods. 1 OZ).

Vo verejnoprávných (vertikálnych) právnych vzťahoch figuruje podnikateľ, resp. fyzická osoba – nepodnikateľ, v postavení **podriadeného subjektu** voči regulátorovi (štátnemu orgánu, obci či inému verejnoprávnemu subjektu). Musí rešpektovať príkazy a zákazy uložené mu predovšetkým právnymi normami správneho práva, ale aj finančného práva či práva životného prostredia.

Ad b): **Objekt (predmet) právnych vzťahov** rozlišujeme v dvojakom zmysle:

1. ako **prvotný (primárny) objekt právnych vzťahov**, ktorým je ľudské správanie určené obsahom právnych noriem; právne normy určité ľudské správanie prikazujú, zakazujú alebo dovoľujú, pričom toto správanie spočíva v tom, že²⁷:
 - jeden subjekt inému subjektu niečo **dá** (z lat. *dare*), napr. dodá tovar, zaplatí kúpnu cenu, uhradí províziu, odovzdá vec do užívania,
 - jeden subjekt pre iný subjekt niečo **(vy)koná** (*facere*), najmä poskytne službu alebo vykoná činnosť, napr. zhotoví stavbu, nakrúti reklamný spot, dopraví tovar,
 - jeden subjekt **strpí** (*pati*) nejakú činnosť alebo zásah, napr. záložca je povinný strpieť výkon záložného práva, fyzická osoba je povinná strpieť vyhotovenie a použitie jej obrazového záznamu na účely televízneho spravodajstva,
 - jeden subjekt sa niečoho **zdrží** (niečo nevykoná – *non facere*), napr. povinnosť zdržať sa použitia osobných údajov na účel, ktorý nemá oporu v zákone, povinnosť

²⁷Obdobne LAZAR, J. a kol. *Základy občianskeho hmotného práva. I. diel.* Bratislava: IURA EDITION, 2004, s. 164-165.

neprezradiť dôvernú informáciu, na ktorú sa vzťahuje povinnosť mlčanlivosti a pod;

2. ako druhotný (sekundárny) objekt právnych vzťahov, ktorým sú²⁸:

- **veci** – hmotné predmety, ktoré môžu byť nehnuteľné (pozemky a stavby spojené so zemou pevným základom, byty a nebytové priestory) alebo hnutel'né; obdobnú povahu ako veci majú aj živé zvieratá, ak to ich povaha pripúšťa (§ 118 OZ),
- **práva a oprávnené záujmy** subjektov práva (napr. právo na plnenie – pohľadávka),
- **iné majetkové hodnoty**, ktoré nemajú hmotnú povahu, ale dajú sa vyjadriť v peniazoch, napr. obchodný podiel, zaknihovaný cenný papier, predmet duševného vlastníctva,
- **hodnoty ľudskej osobnosti**, kam môžeme zahrnúť napr. dôstojnosť a česť človeka, život, zdravie, ale aj osobný údaj a pod.

Ad c): **Obsahom právnych vzťahov** sú subjektívne práva (oprávnenia) a povinnosti zúčastnených osôb (subjektov). V záväzkových právnych vzťahoch sa oprávnenie veriteľa nazýva aj pohľadávka.²⁹ Vzájomná súvzťažnosť (korelatívnosť) práv a povinností je pojmovým znakom každého právneho vzťahu. Vždy povinnosti jedného subjektu zodpovedá právo druhého subjektu, resp. ďalších subjektov právneho vzťahu. Napr. povinnosti nadobúdateľa licencie zaplatiť autorovi odmenu na základe licenčnej zmluvy zodpovedá právo autora voči nadobúdateľovi na zaplatenie tejto odmeny; rovnako oprávneniu Úradu pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb uložiť podnikateľovi sankciu za porušenie povinnosti vopred získať súhlas užívateľa s ukladáním *cookies* na jeho koncovom zariadení zodpovedá povinnosť podnikateľa uloženie takejto sankcie strpieť.

V nadväznosti na definíciu práva v marketingu tak môžeme konštatovať, že **predmetom úpravy (regulácie) práva v marketingu sú súkromnoprávne i verejnoprávne vzťahy, do ktorých podnikateľ vstupuje pri realizácii svojich marketingových aktivít.** Zo súkromnoprávných vzťahov ide jednak o občianskoprávne vzťahy vrátane vzťahov týkajúcich sa predmetov duševného vlastníctva a vzťahov vyplývajúcich zo spotrebiteľských zmlúv a jednak obchodnoprávne vzťahy. Z verejnoprávných ide predovšetkým o vzťahy regulované správnym právom a čiastočne finančným právom a právom životného prostredia.

²⁸Tamže, s. 165. Obdobne PRUSÁK, J. *Teória práva*. Bratislava: Vydavateľské oddelenie PF UK, 2001, s. 284.

²⁹Tamže, s. 285.

1.4. ŠPECIFICKÉ ZNAKY PRÁVA V MARKETINGU

Pri podrobnejšom skúmaní jednotlivých právnych vzťahov, ktoré právo v marketingu reguluje, je možné vyšpecifikovať aj niektoré jeho charakteristické znaky.

Marketingové rozhodovanie je kreatívna práca, ktorá sa prejavuje nielen v originalite reklamnej komunikácie podnikateľa, ale aj v iných aspektoch, napr.:

- potrebe chrániť špecifické know-how vytvárajúce konkurenčnú výhodu podnikateľa na trhu,
- vytváraní tvorivých či netvorivých databáz ako podkladu pre manažérske rozhodovanie,
- potrebe uzavrieť licenčné zmluvy vo vzťahu k softvérovému vybaveniu,
- špecifických vlastnostiach produktov, ktoré ich odlišujú od konkurencie, ako sú značka (ochranná známka, logo), dizajn či chránené označenie pôvodu výrobkov,
- strategickej komunikácii a kampani v médiách a pod.

Vzhľadom na tieto aspekty hrá v práve v marketingu významnú rolu ochrana predmetov duševného vlastníctva, ktoré majú viaceré špecifiká, jednak vo vzťahu k subjektu, ale aj sekundárnemu (druhotnému) predmetu týchto vzťahov. Keďže pôvodcom (tvorcom) predmetov duševného vlastníctva môže byť len fyzická osoba – človek³⁰, aj **subjektom** vystupujúcim v právnych vzťahoch súvisiacich s marketingovými aktivitami je často **fyzická osoba – nepodnikateľ** (napr. autor konceptu, kreatívec, umelec, pôvodca dizajnu, programátor, herec vystupujúci v reklamnom spote a i.). Na to nadväzuje špecifikum predmetu právnych vzťahov duševného vlastníctva, ktorým je výsledok tvorivej činnosti tejto fyzickej osoby. Je preto potrebné zdôrazniť, že **nepriamym objektom právnych vzťahov** vznikajúcich v rámci marketingových aktivít sú často **predmety duševného vlastníctva** (autorské dielo, logo, dizajn, ochranná známka, know-how a pod.), nie však všetky z nich. Keď sa na predmety práva duševného vlastníctva dívame cez prizmu Švidroňovho členenia na základe tvorivosti ako právneho kritéria³¹, do predmetu práva v marketingu nespádajú predmety duševného vlastníctva z oblasti vedy a techniky (teda vedecký objav, vedecké autorské dielo, vynález, úžitkový vzor, topografia polovodičového výrobku). Ide totiž o natoľko špecifické objekty právnych vzťahov, ktoré vzhľadom na svoju povahu plnia marketingový účel len zriedkavo

³⁰KROPAJ, M. a kol.: *Základy práva duševného vlastníctva pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017, s. 19. Autor to nazýva „zásadou pravdivosti“.

³¹ŠVIDROŇ, J. Právo duševného vlastníctva. In. LAZAR, J. a kol. *Základy občianskeho hmotného práva. 2. diel. 3. podstatne prepracované a aktualizované vydanie*. Bratislava: IURA EDITION, 2006, s. 501. Cit. podľa: KROPAJ, M. a kol.: *Základy práva duševného vlastníctva pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017, s. 90-91.

(v špecifických prípadoch, keď je napr. produktom podnikateľa výrobok chránený patentom alebo čip) alebo okrajovo (napr. keď je súčasťou *public relations* stratégie podnikateľa séria vedeckých článkov o účinkoch lieku, ktorý plánuje uviesť na trh).

Ďalším špecifikom je využívanie určitých pomenovaných a nepomenovaných zmlúv. Právne vzťahy v oblasti marketingu sa realizujú prostredníctvom **charakteristických zmluvných typov**, a to jednak v sektore B2B (medzi podnikateľmi), ale aj v sektore B2C (voči spotrebiteľovi). Popri kúpnej zmluve, ktorá je univerzálnou zmluvou umožňujúcou obeh tovarov v ekonomike, a zmluve o dielo, ktorá je typická pre sektor služieb, ale napr. aj stavebníctva (obidve používané v sektore B2B aj B2C) sem zaradujeme najmä licenčné zmluvy a zmluvné typy používané v rámci distribúcie tovarov a služieb, ako prepravné zmluvy, zmluvy príkazného typu a pod. (v sektore B2B), ale aj zmluvné typy charakteristické pre sektor služieb (napr. zmluvu o zájazde).

Jedným z trendov v oblasti práva v marketingu je, že **právna regulácia má narastajúcu tendenciu**. Technológie, ktoré ešte pred pár desiatkami rokov vôbec neexistovali a pred pár rokmi fungovali bez špecifickej regulácie, dnes podliehajú prísnyim regulačným pravidlám. Ako príklad možno uviesť informácie uložené v koncovom zariadení užívateľa (tzv. *cookies*), ktoré pred pár rokmi nikto neriešil, a dnes sa za porušenie povinností vo vzťahu k nim ukladajú jedny z najvyšších sankcií, ktoré regulátor môže podnikateľovi uložiť (porov. § 124 ods. 3 zákona č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách). Ďalším príkladom je prijatie Nariadenia o jednotnom trhu s digitálnymi službami³², ktoré o. i. vytvára nové povinnosti tzv. veľmi veľkým on-line platformám a veľmi veľkým internetovým vyhľadávačom³³ na poli regulácie nezákonných nenávisných prejavov a kybernetického násillia (čl. 34 a nasl.). Nariadenie nadobudne v celom rozsahu účinnosť vo februári 2024 (čl. 93 ods. 2). Veľkou výzvou v tejto oblasti sú zdokonaľovanie umelej inteligencie (AI – *artificial intelligence*) a jej budúca regulácia, ktorá je v súčasnosti len vo fáze diskusií. V krátkom období sa môže stať realitou.

V poslednom čase sa tiež prejavuje intenzívna snaha orgánov EÚ regulovať životnosť výrobkov a ich environmentálne aspekty (tzv. ekodizajn). Veľa úsilia bolo v tejto oblasti už vynaloženého a v najbližších rokoch možno očakávať ďalšiu legislatívnu smršť v súvislosti s napĺňaním cieľov tzv. Európskej zelenej dohody (*European Green Deal*).

³²Nariadenie 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) (Ú. v. EÚ L 277, 27. 10. 2022).

³³Kritériom je, že majú priemerný mesačný počet aktívnych príjemcov služby v EÚ aspoň 45 miliónov (čl. 33 ods. 1).

Napokon typickým znakom, ale aj pozorovateľným trendom v rámci práva v marketingu je existencia **samoregulačných mechanizmov**. V oblasti reklamy už dlhodobo pôsobí Rada pre reklamu, ktorej hlavným cieľom je zabezpečiť, aby sa na Slovensku šírila čestná, slušná a pravdivá reklama. Hoci reklama nemusí naplňať znaky protiprávnosti stanovené v *hard law*, t. j. v platnom zákone o reklame, mnoho neetických reklám prestalo byť šírených vďaka zásahu Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu, ktorá konštatovala ich nesúlad so svojím etickým kódexom.

Novoprijaté mediálne kódexy, konkrétne zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a zákon č. 265/2022 Z. z. o publikáciách zaviedli tzv. koreguláciu, t. j. princíp, že ak o veci rozhodol samoregulačný orgán, štátny regulátor, ktorým je Rada pre mediálne služby, už nekoná. Zvýrazňujú sa tak postavenie aj autorita samoregulačných orgánov a odbremeňuje sa tak štátny aparát. Hoci samoregulačné mechanizmy pôsobia aj v iných oblastiach života (napr. v rámci výkonu niektorých právnických povolání), v žiadnej z nich – okrem mediálneho práva – zákon koreguláciu neustanovuje.

Zatiaľ je do zoznamu samoregulačných orgánov vedeného Radou pre mediálne služby zapísaná len spomínaná Rada pre reklamu³⁴, ale je možné očakávať, že sa ich počet bude v budúcnosti rozrastať.

1.5. PRAMENE PRÁVA V MARKETINGU

Pri identifikácii (formálnych) prameňov práva v marketingu vychádzame z predmetu regulácie tohto účelovo usporiadaného súboru právnych noriem. Pre zjednodušenie sme jednotlivé pramene práva v marketingu rozdelili podľa právnych odvetví súkromného i verejného práva. Medzi ne sme zakomponovali aj najdôležitejšie pramene práva EÚ. Najskôr sa venujme prameňom práva zaradeným do **verejnoprávnych odvetví**.

1. Z **ústavného práva** sem patrí najmä Ústava, a to najmä kvôli článku 26 (zakotvujúceho slobodu prejavu a právo na informácie), článku 43 (zakotvujúceho slobodu vedeckého bádania a umenia a právo na výsledky tvorivej duševnej činnosti a na prístup ku kultúrnemu bohatstvu), článku 19 (stanovujúceho právo na zachovanie ľudskej dôstojnosti, osobnej cti, dobrej povesti a na ochranu mena, ako aj právo na ochranu osobných údajov). Špeciálny význam má tiež nový čl. 39a zakotvujúci tzv. právo na

³⁴<https://rpms.sk/zoznam-samoregulacnych-organov>.

hotovosť. Tejto problematike sa venujeme v kapitole 8.2. venovanej formám platieb ceny za tovar a služby.

2. **Správne právo** je v systéme prameňov práva v marketingu reprezentované množstvom predpisov regulujúcich rôzne aspekty implementácie marketingovej stratégie a jej nástrojov v praxi. Spomeňme aspoň najdôležitejšie z týchto prameňov, pričom ich členíme do skupín podľa predmetu regulácie:

- je to zákon č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o ochrane hospodárskej súťaže“), ktorého úprave sa podrobne venujeme v kapitole 6.2. tejto učebnice;
- do odvetvia správneho práva zaraďujeme aj mediálne zákony, hoci majú viaceré presahy do súkromného práva, konkrétne ide o zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o reklame“), zákon č. 40/2015 Z. z. o audiovizii a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o audiovizii“), zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o mediálnych službách“) a napokon zákon č. 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizie a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o publikáciách“); oblasti mediálneho práva sa venujeme v časti 4. tejto učebnice;
- problematiky ochrany osobných údajov sa týkajú dva pramene práva, a to Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov (tzv. GDPR) a zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov; problematike ochrany osobných údajov sa venujeme v časti 5. tejto učebnice;
- problematiku elektronického obchodovania a elektronických komunikácií regulujú zákon č. 22/2004 Z. z. o elektronickom obchode a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení zákona č. 284/2002 Z. z. (ďalej len „ZOE“), zákon č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách a zákon č. 272/2016 Z. z. o dôveryhodných službách pre elektronické transakcie na vnútornom trhu a o zmene a doplnení niektorých zákonov; týmto otázkam sa venujeme v časti 7. tejto učebnice;
- veľmi významná je oblasť právnej úpravy cien, ktorú vo všeobecnosti upravuje zákon NRSR č. 18/1996 Z. z. o cenách, na ktorý nadväzuje zákon NRSR č. 10/1996

Z. z. o kontrole v štátnej správe regulujúci cenovú kontrolu; na to nadväzuje problematika transferového oceňovania, ktorá však spadá do právneho odvetvia finančného práva; otázkam tvorby cien a ich právnej úprave sa venujeme v časti 9. tejto učebnice;

- veľmi rozsiahlou skupinou právnych predpisov v oblasti správneho práva sú predpisy týkajúce sa distribúcie tovarov a služieb; tieto môžeme rozdeliť do viacerých častí podľa otázok, ktoré upravujú:
 - špecifické predpisy pre niektoré produkty – tovary (napr. potraviny, lieh, víno, tabakové výrobky, hračky, drevo a výrobky z neho, lieky a zdravotnícke pomôcky, stavebné výrobky, hnojivá, výbušniny, chemické látky a chemické zmesi, biocídne výrobky, batérie, zbrane a strelivo, výrobky obranného priemyslu, tovar s dvojakým použitím a i.) a služby (napr. služby cestovného ruchu, služby poskytované podnikateľmi pôsobiacimi v tzv. regulovaných povolaniach – advokátmi, notármi, daňovými poradcami, audítormi, architektmi a pod., poskytovanie vzdelávacích, zdravotných služieb, hazardných hier či finančných služieb; posledne menované sú však regulované finančnoprávnymi normami),
 - špecifické predpisy dotýkajúce sa jednotlivých procesov v rámci distribúcie rozdelené do určitých celkov (fáza vnútornej logistiky, fáza spracovania, fáza vonkajšej logistiky, fáza marketingu a predaja a fáza služieb),
 - špecifické predpisy regulujúce jednotlivé subjekty nachádzajúce sa v dodávateľskom reťazci a osobitné podmienky pre ne (napr. prípustnosť, alebo naopak, neprípustnosť priameho distribučného kanálu, stanovenie podmienok, ktoré musí spĺňať poskytovateľ, stanovenie podmienok, ktoré musí spĺňať odberateľ, stanovenie podmienok na prevádzkareň, kde sa realizuje distribúcia a pod.);

samozrejme, ako vyplýva z uvedeného, komplexnosť tejto problematiky je značná a nemá zmysel, aby sme sa ju pokúsili celú podchytiť, preto sme sa v texte tejto učebnice v časti 10. zamerali na popis distribúcie niekoľkých štandardných typov tovarov a služieb;

- verejnoprávne predpisy v oblasti ochrany spotrebiteľa zahŕňajú zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej len „ZOS“) a ďalšie predpisy o ochrane spotrebiteľa v špecifických prípadoch – zákon č. 102/2014 Z. z.

o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho a o zmene a doplnení niektorých zákonov a zákon č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Problematiku ochrany spotrebiteľa popri tom upravuje aj súkromnoprávny predpis – Občiansky zákonník, ktorý napr. definuje spotrebiteľskú zmluvu a zakotvuje neprijateľné podmienky v nej. Hoci problematika ochrany spotrebiteľa zastáva v rámci regulácie marketingových aktivít nezastupiteľné miesto, v tejto učebnici ju komplexne neanalyzujeme. Spadá totiž do predmetu spotrebiteľského práva, pre ktoré je vydaná samostatná učebnica. Napriek tomu určité aspekty spotrebiteľského práva obsahuje aj táto učebnica, a to v súvislosti s elektronickým obchodom v časti 7.

3. **Finančné právo** predstavuje súhrn právnych noriem, ktoré upravujú spoločensko-ekonomické vzťahy vznikajúce v procese finančnej činnosti štátu, resp. obce alebo vyššieho územného celku v súvislosti s tvorbou, rozdeľovaním a používaním peňažných fondov.³⁵ Z odvetvia finančného práva patria do práva v marketingu:

- niektoré daňové zákony súvisiace s tvorbou cien, najmä zákon č. 595/2003 o dani z príjmov a zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty; v tejto učebnici sa im venujeme v kapitole 8.1.,
- predpisy v oblasti práva finančného trhu predstavujú komplex právnych predpisov regulujúcich toto relatívne samostatné pododvetvie finančného práva; patria sem najmä tieto: zákon SNR č. 310/1992 Zb. o stavebnom sporení, zákon č. 483/2001 Z. z. o bankách a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákon č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch a investičných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákon č. 43/2004 Z. z. o starobnom dôchodkovom sporení a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákon č. 650/2004 Z. z. o doplnkovom dôchodkovom sporení a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákon č. 39/2015 Z. z. o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákon č. 492/2009 Z. z. o platobných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákon č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákon č. 90/2016 Z. z. o úveroch na bývanie a o zmene a doplnení

³⁵SIDAK, M., DURAČINSKÁ, M. a kol.: *Finančné právo. I. vydanie*. Bratislava : C. H. Beck, 2012, s. 7.

niektorých zákonov, zákon č. 203/2011 Z. z. o kolektívnom investovaní v aktuálnom znení; osobitne je potrebné spomenúť zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý obsahuje komplexnú úpravu takmer všetkých aspektov distribučného kanála finančných produktov, pokiaľ nie sú ponúkané priamo zamestnancami finančných inštitúcií.

4. Posledným verejnoprávnym odvetvím regulujúcim problematiku práva v marketingu je **právo životného prostredia**. V rámci neho platia najmä dva základné zákony bezprostredne sa dotýkajúce marketingových rozhodnutí manažérov:

- zákon č. 302/2019 Z. z. o zálohovaní jednorazových obalov na nápoje a o zmene a doplnení niektorých zákonov a
- zákon č. 79/2015 Z. z. o odpadoch a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Obidva tieto zákony sú sprevádzané celým komplexom európskych legislatívnych i nelegislatívnych aktov smerujúcich k naplneniu ambiciózných cieľov Európskej zelenej dohody (*European Green Deal*).

Spomedzi **súkromnoprávných odvetví** jednotlivé pramene práva v marketingu obsahujú:

1. **Občianske právo** ako všeobecné súkromnoprávne odvetvie, ktorého pramene práva dotýkajúce sa marketingovej problematiky môžeme rozdeliť takto:

- základný kódex občianskeho práva – zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník obsahujúci jednak všeobecnú úpravu spotrebiteľských zmlúv a tiež osobitné zmluvné typy použiteľné v zmluvných vzťahoch medzi podnikateľom (dodávateľom) a spotrebiteľom. Podrobnejšie sa im venujeme v časti 11. predkladanej učebnice,
- pododvetvie občianskeho práva – právo duševného vlastníctva reprezentujú tieto predpisy: zákon č. 185/2015 Z. z. autorský zákon, zákon č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach, Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/1001 zo 14. júna 2017 o ochrannej známke Európskej únie, zákon č. 469/2003 Zb. o označeniach pôvodu výrobkov a zemepisných označeniach výrobkov a o zmene a doplnení niektorých zákonov, Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1151/2012 z 21. novembra 2012 o systémoch kvality pre poľnohospodárske výrobky a potraviny, zákon č. 444/2002 Z. z. o dizajnoch, Nariadenie Rady (ES) č. 6/2002 z 12. decembra 2001 o dizajnoch spoločenstva.

Tieto pramene dopĺňajú aj viaceré medzinárodné zmluvy z oblasti ochrany duševného vlastníctva. Problematike sa venujeme v časti 2. predkladanej učebnice.

2. **Obchodné právo** je špecifickým právnym odvetvím upravujúcim právne vzťahy podnikateľov a právne vzťahy s nimi súvisiace. Medzi pramene práva v marketingu teda určite patrí základný kódex tohto právneho odvetvia, ktorým je zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník. Reguluje aj niektoré predmety duševného vlastníctva – obchodné meno a know-how (časť 2.), nekalosúťažné konanie (časť 6.), ale ťažisko jeho významu pre marketing spočíva v regulácii obchodných záväzkových vzťahov, konkrétne špecifických pomenovaných zmlúv, ktoré sa v marketingovej praxi používajú. Nájďme ich v časti 10. tejto učebnice.

Použitá literatúra

1. DRGONEC, J. *Ústava Slovenskej republiky. Komentár*. Šamorín: Heuréka, 2012, ISBN 80-89122-73-8, 1620 s.
2. HANULÁKOVÁ, E., DRÁBIK, P., ORESKÝ, M., ŽÁK, Š. *Marketing. Nástroje, stratégie, ľudia a trendy*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, ISBN 978-80-571-0438-4, 364 s.
3. HOLUB, D. a kol. *Základy práva pre ekonómov. 2. vydanie*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, ISBN 978-80-571-0416-2, 330 s.
4. JANKŮ, M. a kol. *Základy práva pre poslucháčov právnických fakúlt*. Bratislava: C. H. Beck, 2012, ISBN 978-80-89603-06-0, 652 s.
5. KITA, J. a kol.: *Marketing*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017, ISBN 978-80-8168-550-7, 424 s.
6. KNAPP, V., KNAPPOVÁ, M. a kol. *Občanské právo hmotné. Svazek I*. Praha : Codex, 1997, ISBN 80-901683-1-0, 352 s.
7. KROPAJ, M. a kol.: *Základy práva duševného vlastníctva pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017, ISBN 978-80-8168-706-8, 208 s.
8. LAZAR, J. a kol. *Základy občianskeho hmotného práva. 1. diel*. Bratislava: IURA EDITION, 2004, ISBN 80-89047-89-0, 440 s.
9. OTTOVÁ, E. *Teória práva*. Bratislava: Vydavateľské oddelenie Právnickej fakulty UK, 2004, ISBN 80-7160-187-X, 236 s.

10. PECHA, L. "Oko za oko, zub za zub." Babylon, Chammurapiho vláda a najznámejší zákonník staroveku. In *Historická revue* [online]. Dostupné na: <https://historickarevue.sme.sk/c/22528916/oko-za-oko-zub-za-zub-babylon-chammurapiho-vlada-a-najznamejsi-zakonnik-staroveku.html>
11. PRUSÁK, J. *Teória práva*. Bratislava: Vydavateľské oddelenie PF UK, 2001, ISBN 80-7160-113-6, 336 s.
12. SIDAK, M., DURAČINSKÁ, M. a kol.: *Finančné právo. 1. vydanie*. Bratislava : C. H. Beck, 2012, ISBN 978-80-89603-04-6, 448 s.
13. WINKLER, M. a kol. *Právo v medzinárodnom obchode*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, ISBN 978-80-571-0320-2, 568 s.
14. Právne predpisy podľa textu.

2. PRÁVO DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA

2.1. VÝZNAM PRÁVA DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA PRE MARKETING

Tvorba a využívanie predmetov duševného vlastníctva majú významné miesto v oblasti marketingových nástrojov, či už v produktovej (*product*), cenovej (*price*), distribučnej (*place*) alebo komunikačnej (*promotion*) oblasti.

Z pohľadu produktovej (výrobkovej) politiky úspech v podnikaní je často značne závislý od kvality a funkcionality predávaného výrobku, kde významnú úlohu môžu zohrávať aj predmety duševného vlastníctva, ako sú patenty a úžitkové vzory (v odvetví výroby polovodičov aj topografie polovodičových výrobkov, v oblasti poľnohospodárstva aj nové odrody rastlín). Niekedy poskytovaným produktom je priamo predmet duševného vlastníctva (napríklad softvér ponúkaný softvérovou firmou). Na úspech v podnikaní má významný vplyv aj vonkajšia úprava výrobku vrátane jeho obalu, kde významnú úlohu zohráva dizajn. Duševné vlastníctvo je spravidla často späté aj s podporou predaja produktov (*promotion*). V rámci propagácie produktov dochádza k tvorbe a využívaniu webových stránok, fotografií, audiovizuálnych záznamov (videí), zvukových záznamov, obrázkov, textov, umeleckých výkonov a pod., ktoré môžu byť chránené zákonom č. 185/2015 Z. z. autorský zákon (ďalej len „AZ“), ako aj k používaniu označení s cieľom odlíšiť sa na trhu od konkurencie a odlíšiť svoje produkty od konkurencie (používanie ochranných známk, loga, označení pôvodu výrobkov, zemepisných označení, obchodných mien, doménových mien). Oblasť duševného vlastníctva má spravidla podstatný vplyv pre úspech v podnikaní, ako aj podstatný význam v marketingovej komunikácii, pomocou ktorej sa získavajú a udržujú zákazníci pre určitý produkt.

2.2. SYSTÉM PRÁVA DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA

Právo duševného vlastníctva upravuje právne vzťahy vznikajúce z výsledkov duševnej tvorivej činnosti a právne vzťahy k iným nehmotným predmetom. Predmety, na ktoré sa upínajú práva duševného vlastníctva (predmety duševného vlastníctva), sa označujú ako **ideálne objekty** alebo aj ako **nehmotné statky**.

Podstatu ideálnych objektov (nehmotných statkov) **tvorí konkrétny duševný výtvor, či obsah vyjadrený navonok tak, že ho možno vnímať ľudskými zmyslami**. Vnímateľný je

väčšinou na materiálnom substráte (na papieri, plátne, na obraz. al. zvuk. zázname). Využívanie niektorých nehmotných statkov je nezávislé od existencie hmotného substrátu, resp. od jeho materializácie (zhmotnenia).

Na rozdiel od materiálnych objektov (hmotných predmetov – vecí) sa ideálne objekty (nehmotné statky) vyznačujú tzv. **potenciálnou ubikvitou** (možnou všadeprítomnosťou). To znamená, že je možné, aby ich vnímalo v rovnakom čase na rôznom mieste teoreticky neobmedzené množstvo osôb. Takýmto **vnímaním a užívaním ideálnych objektov nedochádza k ich spotrebovaniu alebo opotrebovaniu**. Vyznačujú sa aj tým, že **viacero osôb môže užívať ideálny objekt súčasne kdekoľvek a kedykoľvek na svete a jeho užívanie jednou osobou nevyklučuje možnosť jeho súčasného užívania inými osobami**. Takéto vlastnosti nemajú hmotné predmety (veci).

Ďalšími špecifikami práv duševného vlastníctva sú:

- **teritoriálna (územná) obmedzenosť**, čo znamená, že predmet duševného vlastníctva je vždy chránený na území určitého štátu, ktorého právny poriadok ho za predmet duševného vlastníctva považuje a priznáva mu zodpovedajúcu ochranu (popri tom existujú aj medzinárodné dohovory, ktoré zaväzujú zmluvné štáty k určitému minimálnemu štandardu ochrany predmetov duševného vlastníctva),
- **časová obmedzenosť** znamená, že predmety duševného vlastníctva sú (okrem veľmi zriedkavých výnimiek) chránené len po určitý čas (napr. autorské práva počas života autora a 70 rokov po jeho smrti, dizajny 5 rokov od podania prihlášky, ochranné známky 10 rokov od podania prihlášky a pod.). Neobmedzene môžu byť chránené len označenia pôvodu výrobkov a zemepisné označenia výrobkov a neobmedzene možno predlžovať ochranu len vo vzťahu k ochranným známkam.

Medzi práva duševného vlastníctva patria:

- a) práva s **primárne kultúrnym** významom – **autorské právo a práva súvisiace s autorským právom**,
- b) práva s **primárne hospodárskym** významom – **práva priemyselného vlastníctva**.

Ad a): Medzi **autorské právo a práva súvisiace s autorským právom** patria:

- **autorské právo**,
- **právo výkonných umelcov**,
- **právo výrobcov zvukových záznamov**,
- **právo výrobcov audiovizuálnych záznamov**,
- **právo vysielateľov** a
- **právo vydavateľov periodík**.

Ad b): **Práva priemyselného vlastníctva** členíme na priemyselné práva na výsledky tvorivej činnosti a priemyselné práva na označenie. Medzi **priemyselné práva na výsledky tvorivej činnosti** patria:

- **patentové právo** (právo na vynálezy),
- **právo úžitkových vzorov**,
- **dizajnové právo** (právo priemyselných dizajnov),
- **právo topografií polovodičových výrobkov a**
- **právo nových odrôd rastlín.**

Medzi **priemyselné práva na označenie** patria:

- **právo ochranných známk,**
- **právo označení pôvodu výrobkov a právo zemepisných označení a**
- **právo obchodných mien.**

Pre úplnosť je potrebné uviesť aj existenciu práv obdobným priemyselným právam alebo právam súvisiacim s priemyselnými právami, medzi ktoré sa zaraďujú:

- know-how,
- logo,
- doménové mená,
- ochrana názvu a dobrej povesti právnickej osoby a
- nové spôsoby prevencie, diagnostiky chorôb a liečenia ľudí a zvierat.

2.3. AUTORSKÉ PRÁVO

2.3.1. Autorské dielo

Autorské právo sa zaoberá spoločenskými vzťahmi, ktoré vznikajú v súvislosti s tvorbou a používaním autorských diel. Ústredným pojmom autorského práva a jeho jediným predmetom záujmu je teda **autorské dielo**. Komplexná právna úprava autorského práva k autorským dielam sa nachádza v AZ.

Predmetom autorského práva je autorské dielo ako duševný výtvor človeka. Avšak nie každý duševný výtvor človeka sa automaticky považuje za autorské dielo, vo vzťahu ku ktorému vznikajú autorské práva. To, či sa nejaký duševný výtvor človeka považuje za autorské dielo, ustanovuje AZ.

Pojem autorské dielo vymedzuje AZ **dvoma spôsobmi**. Jednak obsahuje všeobecnú charakteristiku autorského diela a jednak niektoré druhy autorských diel výslovne vymenúva.

Cieľom a výhodou všeobecného vymedzenia autorského diela je to, že sa poskytuje autorskoprávna ochrana aj takým autorským dielam, ktoré v súčasnosti ešte nie sú druhovo známe, alebo nie sú ešte dostatočne rozšírené. V záujme dosiahnutia jednoznačnosti AZ popri tejto všeobecnej charakteristike autorského diela demonštratívny spôsobom vypočítava aj niektoré druhy autorských diel, resp. takých nehmotných predmetov, pri ktorých buď je autorskoprávna ochrana dlhodobo sporná, či spochybňovaná (napr. počítačový program), alebo, naopak, je dlhodobo jednoznačná, pretože ide o historicky najbežnejšie druhy autorských diel (napr. hudobné dielo).

AZ upravuje **tri pojmové znaky autorského diela**. Duševný výtvor človeka sa bude považovať za autorské dielo iba vtedy, ak súčasne (kumulatívne) spĺňa všetky tieto tri pojmové znaky. Ak nejaký duševný výtvor čo i len jeden z týchto troch pojmových znakov nespĺňa, tak sa nepovažuje za autorské dielo a nie je teda autorskoprávne chránený.

Podľa AZ **za autorské dielo sa bude považovať iba taký duševný výtvor človeka, ktorý je**

1. **z oblasti literatúry, umenia alebo vedy,**
2. **jedinečným výsledkom tvorivej duševnej činnosti a**
3. **vyjadrený v zmyslami vnímateľnej podobe.**

Okrem všeobecnej charakteristiky autorského diela AZ výslovne určuje, ktorým konkrétnym druhom autorských diel sa priznáva autorskoprávna ochrana, ak spĺňajú všetky pojmové znaky autorského diela. Potrebné je však upozorniť na skutočnosť, že naplnenie všetkých troch pojmových znakov autorského diela sa vyžaduje pri všetkých ďalej uvedených druhoch autorských diel s výnimkou **fotografického diela, počítačového programu a tvorivej databázy**.

Medzi autorské diela podľa AZ výslovne patria:

- **Slovesné dielo** – základným pojmovým znakom slovesných diel je ich vyjadrenie prostredníctvom akýchkoľvek slov. Podľa spôsobu slovného vyjadrenia rozlišujeme slovesné diela hovorené (napríklad prejavy) a na slovesné diela písané (napríklad básne).
- **Divadelné dielo** – najmä inscenované dramatické diela s hudbou (napr. muzikál), alebo bez hudby (napr. činohra), ďalej pantomíma, inscenovaná tanečná choreografia (napr. balet) alebo iná choreografia.
- **Hudobné dielo** – hudobné diela vrátane zneliek sa rozlišujú na hudobné diela s textom (napr. piesne) a na hudobné diela bez textu (napr. symfónie).

- **Audiovizuálne dielo** – vytvorené filmovými tvorivými postupmi, ako aj výberom a spracovaním diel audiovizuálne použitých bez ohľadu na formu a spôsob ich spracovania, ktoré je vnímateľné prostredníctvom technického zariadenia ako sled zaznamenaných, zámerne usporiadaných a navzájom súvisiacich obrazov vyvolávajúcich dojem pohybu a sprevádzaných zvukom alebo bez zvuku. Spadajú sem najmä filmové diela bez ohľadu na to, či ide o filmové diela určené na sprístupňovanie verejnosti prostredníctvom kín, alebo o filmové diela, ktoré sú určené na vysielanie v televízii, či iným spôsobom.
- **Dielo výtvarného umenia** – patria sem dvojrozmerné maliarske diela ako napríklad maľba, **grafické diela**, ako je rytina, alebo trojrozmerné **sochárske diela** ako je socha.
- **Architektonické dielo** – je najvšeobecnejšie vyjadrenie tvorivej architektonickej myšlienky autora, najmä grafické a priestorové zobrazenie architektonického riešenia stavby alebo urbanistického územia, stavba, ako aj dielo záhradnej, interiérovej a scénickej architektúry a dielo architektonického dizajnu. Z hľadiska formy vyjadrenia vnímateľnej ľudskými zmyslami môže byť architektonické dielo vyjadrené skicou, architektonickým návrhom, modelom, priamo zhotovením stavby a pod.
- **Dielo úžitkového umenia** – je umelecký výtvor s úžitkovými funkciami alebo dielo, ktoré je začlenené do úžitkového predmetu bez ohľadu na to, či bolo vyrobené ručne, priemyselne alebo iným technologickým postupom. Ide predovšetkým o predmety dennej potreby, ktoré sú vyrábané hromadne. Môžeme sem zaradiť niektoré hračky, koberce, nábytok, výtvary z keramiky, skla a pod.
- **Kartografické dielo** – nie každé kartografické dielo sa považuje aj za autorské dielo. Za autorské diela sa budú považovať iba tie kartografické diela, ktoré spĺňajú všetky pojmové znaky autorského diela. Za autorské kartografické diela sa nebudú považovať mapy, atlasy, či glóbusy zobrazujúce objektívnu realitu, pretože nie sú výsledkom tvorivej činnosti. Pri ich vytváraní autor nemôže zvoliť tvorivý prístup. Na druhej strane, výsledkom tvorivej činnosti môžu byť napríklad historické, či detské mapy, a teda tie budú autorskoprávne chránené ako kartografické autorské diela.
- **Fotografické dielo** – na rozdiel od všetkých predchádzajúcich druhov autorských diel pre vznik autorskoprávnej ochrany postačí, ak fotografické dielo je „iba“ výsledkom tvorivej duševnej činnosti jej autora (fotografia napĺňa iba pojmový znak „tvorivosti“). V dôsledku toho sa autorskoprávne chránia jednak fotografické diela, ktoré spĺňajú všetky tri pojmové znaky autorského diela, a jednak fotografické diela, ktoré sú výsledkom iba tvorivej činnosti autora, avšak nepredstavujú jedinečný (neopakovateľný) výtvor a nie sú z oblasti

umenia ani vedy. Na druhej strane, autorskoprávne chránené nebudú fotografie zobrazujúce napríklad objekty (budovy, parky, sady, vodné útvary) a predmety, ktoré boli vytvorené rutinne, automaticky, alebo dokonca náhodne bez toho, aby sa pri ich vytvorení dbalo na zachytený obraz.

- **Počítačový program (softvér) chránený ako autorské dielo** – AZ poskytuje ochranu aj počítačovým programom (softvérom), hoci sa v podstate nepovažujú za autorské diela. Ochrana počítačových programov prostredníctvom autorského práva je dlhodobou sporná. Počítačové programy majú bližšie k predmetom priemyselného vlastníctva než k autorským dielam. Avšak v Európe napokon prevládol trend, že počítačovým programom sa priznáva rovnaká autorskoprávna ochrana ako autorským dielam. Rovnako ako pri fotografických dielach, rovnako aj pri počítačových programoch AZ zaviedol rovnakú výnimku pri vzniku autorskoprávnej ochrany. Počítačový program bude autorskoprávne chránený, ak bude spĺňať podmienku tvorivosti, t. j. bude výsledkom tvorivej duševnej činnosti jej autora. V dôsledku toho sa autorskoprávne chránia jednak počítačové programy, ktoré spĺňajú všetky tri pojmové znaky autorského diela, a jednak počítačové programy, ktoré sú iba výsledkom tvorivej činnosti autora vyjadreným v zmyslami vnímateľnej podobe, avšak nepredstavujú jedinečný (neopakovateľný) výtvar a ani nie sú z oblasti umenia a vedy. Z toho vyplýva, že teoreticky môže existovať viac takmer totožných počítačových programov, na ktoré sa bude vzťahovať autorskoprávna ochrana. Na druhej strane, autorskoprávne chránené nebudú počítačové programy, ktoré nie sú výsledkom tvorivej duševnej činnosti – tzv. jednoduché rutinné počítačové programy. Autorskoprávna ochrana sa vzťahuje na vyjadrenie počítačového programu (súbor príkazov a inštrukcií vyjadrených v zdrojovom kóde alebo v strojovom kóde). Autorskoprávnej ochrane nepodliehajú napr. funkcie (funkcionalita), či grafické užívateľské rozhranie (vizuálna stránka napr. operačného systému).
- **Tvorivá databáza chránená ako autorské dielo** – databázou sa rozumie súbor navzájom nezávislých diel, údajov alebo iných navzájom nezávislých materiálov systematicky alebo metodicky usporiadaných a jednotlivo prístupných elektronickými alebo inými prostriedkami bez ohľadu na formu jeho vyjadrenia. Databázou sa teda rozumie súborné dielo, ktoré môže zahŕňať rôzne diela, fakty, údaje, informácie, texty, čísla, zvuky, obrazy a pod. Spôsob výberu alebo usporiadania obsahu databázy môže, ale aj nemusí byť výsledkom tvorivej duševnej činnosti jej zhotoviteľa. Podľa toho rozlišujeme tzv. tvorivé databázy a netvorivé databázy (napr. telefónny zoznam). Tvorivá databáza je výsledkom tvorivej duševnej činnosti a je chránená autorským právom rovnako ako autorské diela.

Autorskoprávna ochrana nevzniká k obsahu databázy, ale sa poskytuje iba osobitnému spôsobu výberu a usporiadaniu tohto obsahu. Za tvorivú databázu sa považujú najmä zborník, encyklopédia, výstava a pod. Databázu môžu tvoriť autorské diela (napr. slovesné diela, hudobné diela, architektonické diela, či diela výtvarného umenia), ale aj nehmotné predmety, ktoré nie sú autorskými dielami ako napríklad texty právnych predpisov, súdnych alebo úradných rozhodnutí.

Avšak AZ aj taxatívne vymenúva, ktoré duševné výtvary človeka sú vždy vylúčené z autorskoprávnej ochrany (sa nikdy **nepovažujú za autorské diela**), aj keby spĺňali všetky AZ určené a vyššie uvedené pojmové znaky autorského diela.

Ide o také duševné výtvary ľudí, ktoré buď sú z autorskoprávnej ochrany vylúčené z dôvodu, že nespĺňajú pojmové znaky autorského diela (napr. myšlienka, objav, či informácia), alebo sú vylúčené z autorskoprávnej ochrany z dôvodu verejného záujmu (z dôvodu všeobecného záujmu spočívajúcom v prístupe verejnosti k nim, napríklad súdnym rozhodnutiam).

AZ nechráni nasledujúce duševné výtvary:

- a) myšlienku, spôsob, systém, metódu, koncept, princíp, objav alebo informáciu, ktorá bola vyjadrená, opísaná, vysvetlená, znázornená alebo zahrnutá do diela,
- b) text právneho predpisu (napr. zákona), úradné rozhodnutie alebo súdne rozhodnutie, technickú normu, ako aj spolu s nimi vytvorenú prípravnú dokumentáciu a ich preklad,
- c) územnoplánovaciú dokumentáciu, ktorou sa rozumie Konceptia územného rozvoja Slovenska, územné plány regiónov, územné plány obcí a miest a územné plány zón obcí, miest a mestských častí hlavného mesta SR Bratislavy a mesta Košice,
- d) štátne symboly, symboly obcí, miest a mestských častí hlavného mesta SR Bratislavy a mesta Košice a symboly samosprávnych krajov,
- e) prejavy prednesené pri prerokúvaní vecí verejných (napr. vyjadrenia poslancov NR SR v pléne NR SR, vyjadrenia poslancov obecných a mestských zastupiteľstiev na ich zasadnutiach a pod.),
- f) denné správy (dennou správou je informácia o udalosti alebo skutočnosti, pričom za dennú správu sa nepovažuje dielo, ktoré o dennej správe informuje alebo v ktorom je denná správa zahrnutá),
- g) diela tradičnej ľudovej kultúry,
- h) výsledky činnosti znalcov, tlmočníkov alebo prekladateľov.

2.3.2. Autorstvo a vznik autorského práva

Autorom autorského diela **môže byť iba fyzická osoba (človek)**, ktorá vlastnou tvorivou činnosťou dielo vytvorila. Autorom nikdy nemôže byť právnická osoba, pretože tá je iba právnou konštrukciou, ktorá nemá schopnosť tvoriť.

Vytvorenie autorského diela (tvorivý akt) nie je právnym úkonom. Autorské právo patrí do spôsobilosti mať práva a povinnosti, ktorá vzniká narodením a zaniká smrťou (§ 7 OZ). Autorom autorského diela teda môže byť aj maloletá osoba, ktorá nemá spôsobilosť na právne úkony, alebo dospelá osoba, ktorej spôsobilosť na právne úkony bola súdnym rozhodnutím obmedzená. Absencia plnej spôsobilosti na právne úkony u autora môže byť prekážkou vykonávania majetkových autorských práv (uzavieranie licenčných zmlúv). V týchto prípadoch budú za takýchto autorov konať ich zákonní zástupcovia (§ 26 OZ).

V praxi sa veľmi často na vzniku autorského diela podieľa viacero osôb. To však nemusí nevyhnutne znamenať, že každý, kto sa podieľal akoukoľvek činnosťou na tvorbe diela, sa automaticky považuje za spoluautora diela a dochádza k vzniku **diela spoluautorov**. Za spoluautora sa považujú iba tie fyzické osoby, ktoré vytvorili tvorivou duševnou činnosťou jediné dielo tak, že nie je možné od seba odlíšiť ich tvorivé vklady a použiť ich ako samostatné diela. Za spoluautorov sa teda nebudú považovať osoby, ktoré v procese tvorby diela vykonávali iba pomocné činnosti, ktoré nevykazovali znaky tvorivej duševnej činnosti (vyhľadávanie a zber podkladov, prepis rukopisu diela, jazyková korektúra diela a pod.), poskytovali rady, materiálno-technické zázemie, či pomocné prostriedky a pod. Práva k takémuto autorskému dielu patria všetkým spoluautorom spoločne a nerozdielne, ak sa spoluautori nedohodnú inak.

Spojené autorské dielo je také, v ktorom **sú spojené už vytvorené autorské diela**. Každé zo spojených diel vytvoril jeho autor vlastnou tvorivou duševnou činnosťou, pričom následne boli spojené do jedného celku (napríklad hudba s textom). S dielami spojenými do jedného celku (spojeným dielom) nakladajú autori spoločne, ak sa nedohodli inak. Avšak každý z autorov naďalej môže samostatne nakladať so svojím autorským dielom, ktoré bolo predmetom spojenia.

Autorské právo k dielu vzniká okamihom, keď je dielo objektívne vyjadrené v podobe vnímateľnej zmyslami, bez ohľadu na jeho podobu, obsah, kvalitu, účel, formu jeho vyjadrenia alebo mieru jeho dokončenia. Okamih vzniku autorského diela je teda súčasne okamihom vzniku autorského práva k tomuto dielu. Platí teda **zásada neformálnosti vzniku autorského práva**. Na vznik autorského práva k dielu sa nevyžaduje splnenie žiadnych

formálnych podmienok, ako je napríklad zaregistrovanie autorského diela a jeho autora do štátom vedeného verejného registra na základe registračného konania vykonaného štátnym orgánom. Takýto formálny systém ochrany (registrácia, resp. prihlásenie na ochranu štátnemu orgánu) sa v Slovenskej republike uplatňuje v oblasti priemyselných práv.

2.3.3. Obsah autorského práva

Autorské právo zahŕňa výhradné osobnostné práva a výhradné majetkové práva. Medzi **výhradné osobnostné práva** patria:

- a) **právo na autorstvo k svojmu dielu,**
- b) **právo rozhodnúť o zverejnení alebo nezverejnení diela,**
- c) **právo na označenie diela,**
- d) **právo na nedotknuteľnosť diela.**

Ad a): Oprávnenie autora na to, aby bol považovaný za autora konkrétneho diela, ktoré vytvoril, zahŕňa súčasne aj jeho oprávnenie právne zakročiť proti každému, kto by si autorstvo k jeho dielu prisvojoval. Autor je na základe toho oprávnený sa domáhať na súde určenia svojho autorstva k dielu voči každému, kto si ho neoprávnene prisvojuje.

Ad b): AZ zaručuje autorovi slobodne sa rozhodnúť, či svoje dielo zverejní alebo sa rozhodne, že svoje dielo nesprístupní verejnosti. Podľa druhu autorského diela sa dielo považuje za zverejnené v deň, keď bolo prvýkrát oprávnené použité verejným vykonaním, verejným vystavením, vydaním, verejným prenosom, alebo inak prvýkrát oprávnené uverejnené na verejnosti.

Ad c): Autor má právo byť označený ako autor a rozhodnúť o spôsobe takéhoto označenia najmä menom alebo pseudonymom, a to pri každom použití svojho diela, ak je takýto spôsob označenia pri danom diele a spôsobe použitia možný a obvyklý. Za pseudonymné dielo sa považuje dielo, ktoré sa na základe rozhodnutia autora verejne rozširuje alebo inak uverejňuje s iným údajom, ako je meno autora. Za anonymné dielo sa považuje dielo, ktoré nie je označené menom a ani pseudonymom autora.

Ad d): Toto osobnostné právo zahŕňa v sebe:

- právo na ochranu pred akoukoľvek nedovolenou zmenou alebo iným nedovoleným zásahom do svojho diela,
- právo na ochranu pred akýmkoľvek hanlivým nakladaním so svojím dielom, ktoré by znižovalo hodnotu diela alebo spôsobilo ujmu autora na jeho cti alebo dobrej povesti.

Smrťou autora všetky osobnostné autorské práva zanikajú. Neznamená to však, že po jeho smrti si môže ktokoľvek prisvojiť jeho autorstvo k dielu, pri jeho použití sa označovať za autora diela, zasahovať do integrity diela, či hanlivo s ním nakladať a pod. Naopak, po smrti autora si nikto nesmie prisvojiť jeho autorstvo k dielu, dielo možno použiť len spôsobom neznižujúcim jeho hodnotu a musia sa uviesť meno autora alebo jeho pseudonym, ak nejde o anonymné dielo.

Po smrti autora sa ochrany osobnostných autorských práv (tzv. **postmortálnej ochrany**) môžu domáhať aj súdnou cestou:

- ktorákoľvek autorovi blízka osoba (§ 116 OZ),
- dedič,
- príslušná profesijná komora alebo
- príslušná právnická osoba združujúca autorov.

Táto postmortálna ochrana nie je časovo obmedzená a uplatňovať sa môže dovtedy, kým existuje aspoň jedna z uvedených osôb.

Výhradným majetkovým právom pri každom autorskom diele je **právo použiť dielo**. Existujú aj iné majetkové práva podľa AZ, ktoré však vznikajú iba pri niektorých druhoch a pri niektorých použitíach autorských diel, a to:

- právo na odmenu pri ďalšom predaji originálu diela výtvarného umenia,
- právo na primeranú odmenu za nájom,
- právo na náhradu odmeny za vyhotovenie rozmnoženiny diela pre súkromnú potrebu.

Výhradné majetkové právo autora použiť dielo zahŕňa v sebe:

- **právo použiť svoje dielo sám,**
- **právo udeliť súhlas (licenciu) na použitie svojho diela iným osobám.**

Ak autorské dielo nie je tzv. voľným dielom a AZ neupravuje tzv. zákonnú licenciu (pozri ďalej podkapitolu 2.3.5.), ktorá umožňuje použiť dielo bez súhlasu autora a bez povinnosti zaplatiť mu odmenu za takéto použitie, tak **dielo je možné použiť iba so súhlasom autora** a spravidla **za odmenu**. Súhlas (licencia) na použitie diela sa udeľuje **licenčnou zmluvou**. Udelením súhlasu na použitie diela majetkové autorské právo na použitie diela autorovi nezaniká, autor je len povinný strpieť použitie diela inou osobou v rozsahu udeleného súhlasu. Majetkové právo použiť dielo je neprevoditeľné, autor sa ho nemôže vzdať a nemožno ho postihnúť exekúciou. Exekúciou možno postihnúť iba pohľadávky, ktoré vznikli z výkonu tohto majetkového práva (napr. dohodnutá odmena za použitie diela v licenčnej zmluve). Na

rozdiel od osobnostných autorských práv majetkové autorské právo na použitie diela je predmetom dedičstva.

Pojem „**použitie diela**“ v autorskoprávnom zmysle (podľa AZ) ako použitie nehmotného objektu je potrebné odlišovať od všeobecného pojmu „použitie“, ktorý sa používa v súvislosti s hmotnými vecami. Napríklad prečítanie románu alebo pozeranie filmu v rámci televízneho vysielania v súkromí sa nepovažujú za relevantné použitia týchto autorských diel podľa AZ. Na takéto použitie nie je potrebný súhlas (licencia) od autora alebo iného nositeľa majetkových autorských práv. Na druhej strane, ak pôjde o umelecké čítanie románu na verejnosti alebo o pozeranie filmu na veľkoplošnej obrazovke na verejnom priestranstve (napr. na námestí), tak už pôjde o relevantné použitie diela podľa AZ, a preto bude potrebné získať od autora alebo iného nositeľa majetkových autorských práv súhlas (licenciu) na takéto použitie (v prvom prípade na verejné vykonanie a v druhom prípade na verejný prenos).

Podľa AZ použitím diela v autorskoprávnom význame sú najmä:

- spracovanie diela (jeho adaptácia, preklad alebo iná úprava diela, ktoré vedú k vzniku nového diela),
- spojenie diela s iným dielom,
- zaradenie diela do tvorivej databázy,
- vyhotovenie rozmnoženiny diela,
- verejné rozširovanie originálu diela alebo rozmnoženiny diela prevodom vlastníckeho práva (napr. predaj nosičov s hudobnými a audiovizuálnymi dielami v minulosti, napr. na DVD), vypožičaním alebo nájmom (v minulosti existovali videopožičovne a DVD požičovne),
- uvedenie diela na verejnosti verejným vystavením originálu diela alebo rozmnoženiny diela (napr. vystavenie obrazu v galérii, na verejnom podujatí), verejným vykonaním diela (napr. odspievanie hudobného diela kapelou na koncerte) alebo verejným prenosom diela (napr. rozhlasové a televízne vysielanie, retransmisia, keď napr. Slovak Telekom ako prevádzkovateľ retransmisie v rámci služby Magio ponúka aj videopožičovňu, sprístupňovanie verejnosti napríklad cez tzv. streamovacie služby ako napr. VoYo, JOJ Play, Netflix, HBO Max, Disney+, Discovery+ a pod.)

2.3.4. Trvanie a zánik majetkových práv a voľné dielo

Majetkové autorské práva smrťou autora nezanikajú a sú predmetom dedičstva. **Majetkové práva trvajú od okamihu vytvorenia autorského diela počas autorovho života a 70 rokov po jeho smrti.** Uplynutím času trvania majetkových autorských práv dochádza k ich zániku a autorské dielo sa stane **voľným dielom**, ktoré môže ktokoľvek voľne použiť bez súhlasu autora a bez povinnosti uhradiť odmenu. Autorské dielo sa môže stať voľným dielom aj pred uplynutím trvania majetkových autorských práv k nemu, ak nedošlo k ich dedeniu.

Za **voľné dielo** (angl. *public domain*) sa považuje autorské dielo, ku ktorému nikomu nepatria majetkové práva. Každý ho môže voľne použiť bez toho, aby musel získať od autora, alebo iného nositeľa autorských majetkových práv (napr. dediča), súhlas (licenciu) na jeho použitie a uhradiť odmenu za jeho použitie. Musí však brať do úvahy postmortálnu ochranu osobnostných práv.

Autorské dielo sa stane voľným dielom:

- a) uplynutím obdobia trvania majetkových autorských práv,
- b) pred uplynutím trvania majetkových autorských práv, ak
 - autor nemal dedičov,
 - autor síce mal dedičov, avšak tí odmietli dedičstvo prijať (§ 463 až § 468 OZ),
 - autor síce mal dedičov, avšak tí nemali dedičskú spôsobilosť (§ 469 OZ),
 - autor síce mal dedičov, avšak ich vylúčil (§469a OZ).

2.3.5. Zákonné licencie

Vo všeobecnosti teda platí, že autor alebo iný nositeľ majetkových autorských práv (napr. dedič, zamestnávateľ pri zamestnaneckom diele a pod.) majú právo použiť svoje dielo sami alebo udeľovať na základe licenčnej zmluvy súhlas (licenciu) na každé jeho použitie inými osobami. Tiež vo všeobecnosti platí, že povinnosť získať licenciu (súhlas) na použitie diela od nositeľa majetkových autorských práv platí v prípadoch použitia diela na komerčné (hospodárske) ciele. Avšak AZ ustanovuje aj určité výnimky a obmedzenia týchto majetkových autorských práv (tzv. zákonné licencie), keď to neplatí. Ide o prípady použitia diela nielen na nekomerčné (nehospodárske) ciele, ale aj na použitie diela, ktoré má iba nepatrný (minimálny) hospodársky význam.

Za použitie diela na základe zákonnej licencie teda nevzniká používateľovi diela povinnosť získať predchádzajúci súhlas na jeho použitie (licenciu) a ani povinnosť uhradiť autorovi odmenu.

Pri uplatnení zákonnej licencie však platí, že

- nakladanie s dielom nesmie byť v rozpore s bežným využitím diela a
- nakladanie s dielom nesmie neodôvodnene zasahovať do právom chránených záujmov autora.

Jednotlivé výnimky a obmedzenia majetkových autorských práv (zákonné licencie) sa podľa účelu použitia diela zaraďujú do týchto skupín:

1. **použitie diela na účely slobody prejavu a práva na informácie** – patrí sem citácia diela na účel recenzie alebo kritiky diela; použitie diela na účel karikatúry, či paródie a pod.³⁶;
2. **použitie diela na sociálne, vzdelávacie, vedecké, kultúrne, úradné a iné účely** – do tejto kategórie patria vyhotovenie rozmnoženiny diela pre svoju súkromnú potrebu na účel, ktorý nie je priamo ani nepriamo obchodný, použitie diela na vyučovacie účely a pri výskume (napr. verejné vykonanie alebo verejný prenos zverejneného diela na účel názornej ukážky pri výučbe alebo pri výskume), použitie zverejneného diela v rámci školského predstavenia usporiadaného výlučne školou, použitie diela pre potreby osôb so zdravotným postihnutím, použitie diela pre potreby osôb s poruchou čítania, použitie diela v rámci náboženských a úradných obradov a sviatkov, použitie diela na účel archivovania, použitie diela na účel zachovania kultúrneho dedičstva, použitie diela na úradné účely a pod.³⁷;
3. **použitie diela s minimálnym hospodárskym významom** zahŕňa použitie zverejneného diela vyhotovením rozmnoženiny, technickým predvedením alebo verejným prenosom prostredníctvom technického zariadenia na účel opravy alebo ukážky funkčnosti a vlastností tohto zariadenia a pod.³⁸;
4. **použitie diela na propagáciu výstavy a dražby umeleckého diela** zahŕňa vyhotovenie rozmnoženiny, verejný prenos alebo verejné rozširovanie umeleckého diela na účel propagácie verejnej výstavy umeleckého diela alebo propagácie predaja umeleckého diela, a to v rozsahu potrebnom na takúto propagáciu.

³⁶Bližšie pozri § 37 až § 41 AZ.

³⁷Bližšie pozri § 42 až § 53 AZ.

³⁸Bližšie pozri § 54 až § 56 AZ.

2.3.6. Osobitné režimy tvorby

Autorské diela nevznikajú len na základe slobodného rozhodnutia autora. Autorské diela často vznikajú aj za iných okolností, napríklad na objednávku, alebo v rámci plnenia pracovných alebo školských povinností. AZ tieto špecifické okolnosti vzniku autorských diel zohľadňuje a osobitným spôsobom upravuje, kto je v týchto prípadoch nositeľom autorských práv k týmto dielam, prípadne aj aké nároky majú niektoré osoby, ktoré nie sú ich autorom, avšak poskytli autorovi plnenia na ich vytvorenie. AZ osobitne upravuje:

1. **zamestnanecké dielo,**
2. **dielo na objednávku,**
3. **spoločné dielo a**
4. **školské dielo.**

Ad 1.: V praxi je pomerne časté, že **k vytváraniu autorských diel dochádza v pracovnom pomere**, pretože mnoho zamestnávateľov vytvára svojim zamestnancom na to vhodné prostredie. Pre zamestnanecké diela je charakteristické, že **všetky majetkové práva autora k zamestnaneckému dielu zo zákona (*ex lege*) vykonáva vo vlastnom mene a na svoj účet zamestnávateľ**. Na základe toho zamestnanec ako autor nesmie udeliť inej osobe súhlas (licenciu) na použitie zamestnaneckého diela a je povinný sa zdržať výkonu všetkých majetkových autorských práv k tomuto dielu. Zamestnávateľ je dokonca oprávnený aj právo výkonu týchto majetkových autorských práv postúpiť tretej osobe.

Dôvodom tejto právnej úpravy sú **ochrana a zhodnotenie investícií zamestnávateľ'a**, ktoré vynaložil na to, aby k vzniku autorského diela došlo. Zohľadňuje častú reálnu hospodársku situáciu, keď zamestnávatelia na vlastné náklady vytvárajú svojim zamestnancom vhodné finančné, technické, organizačné či personálne podmienky, bez ktorých by k vzniku autorského diela v mnohých prípadoch ani nedošlo.

Ad 2.: Za dielo na objednávku sa považuje autorské dielo vytvorené autorom pre objednávateľ'a na základe zmluvy o dielo uzavretej podľa OZ alebo ObZ.

Ak autor vytvoril autorské dielo na objednávku, tak zo zákona platí, že objednávateľ'ovi zároveň udelil súhlas na jeho použitie, avšak iba **na účel vyplývajúci zo zmluvy o dielo**. To znamená, že ak objednávateľ chce použiť autorské dielo aj inými autorskoprávnymi spôsobmi, ako na účel vyplývajúci zo zmluvy o dielo, tak na tieto spôsoby použitia už musí s autorom uzatvoriť licenčnú zmluvu. Ak sa autor s objednávateľ'om v zmluve o dielo nedohodnú inak, autor je oprávnený dielo na objednávku sám používať, ako aj udeľovať

súhlas (licenciu) na jeho použitie, ak to nie je v rozpore s oprávnenými záujmami (najmä hospodárskymi záujmami) objednávateľa.

Ad 3.: Spoločné dielo je dielo, ktoré vytvorili dvaja alebo viacerí autori **na podnet a pod vedením osoby, ktorá usmerňovala a zabezpečovala proces vytvorenia tohto diela**, pričom tvorivé vklady autorov zahrnuté do spoločného diela nie je možné samostatne použiť. **Na spoločné dielo sa uplatní právny režim zamestnaneckého diela** a osoba, ktorá dala podnet na vytvorenie diela, usmerňovala a zabezpečovala proces vytvorenia spoločného diela, sa považuje za zamestnávateľa. K spoločnému dielu teda bude vykonávať všetky majetkové práva táto osoba rovnako, ako ich vykonáva zamestnávateľ k zamestnaneckému dielu.

Ad 4.: **Právo používať školské dielo a udeľovať súhlas (licenciu) na jeho použitie iným osobám patrí jeho autorovi** (žiakovi alebo študentovi). AZ obmedzuje autorské práva v záujme ochrany hospodárskych záujmov školy na úkor autora školského diela a v prospech školy v dvoch smeroch:

- a) autor školského diela je na návrh školy povinný uzavrieť so školou nevýhradnú a bezodplatnú licenčnú zmluvu o použití školského diela spôsobom, ktorý nie je priamo ani nepriamo obchodný, a
- b) škola môže požadovať, aby jej autor školského diela zo získanej odmeny za použitie školského diela nahradil náklady vynaložené na vytvorenie školského diela, a to podľa okolností až do ich skutočnej výšky (tzv. právo školy na náhradu nákladov).

2.3.7. Ochrana autorského práva

Autor, do práva ktorého sa neoprávnene zasiahlo alebo ktorého právu hrozí neoprávnený zásah, sa môže domáhať najmä:

- a) **určenia svojho autorstva** (t. j., aby súd určil jeho autorstvo k dielu voči tomu, kto si ho neoprávnene prisvojuje),
- b) **zákazu ohrozenia svojho práva vrátane zákazu opakovania takéhoto ohrozenia**, a to aj proti poskytovateľovi služby, prostredníctvom ktorej je toto právo ohrozené (napr. aby súd zakázal propagáciu predaja ešte nepredávaných neoprávnene vyhotovených rozmnoženín diela alebo napodobnenín diela tomu, kto ich predaj propaguje),
- c) **zákazu neoprávneného zásahu do svojho práva**, a to aj proti poskytovateľovi služby, prostredníctvom ktorej je do tohto práva zasiahnuté (napr. aby súd zakázal neoprávnené vyhotovovanie rozmnoženín diela alebo napodobnenín diela tomu, kto ich neoprávnene

vyhotovuje, zakázal ich verejné rozširovanie alebo sprístupňovanie verejnosti tomu, kto ich rozširuje alebo sprístupňuje),

- d) **poskytnutia informácií o pôvode rozmnoženiny diela alebo napodobeniny diela, o spôsobe a rozsahu jej použitia a o službách porušujúcich právo autora** vrátane údajov o vlastníkovi, vydavateľovi, výrobcovi, distributérovi, dodávateľovi, prijímateľovi, odosielateľovi, vývozcovi alebo predajcovi rozmnoženiny diela alebo napodobeniny diela alebo o poskytovateľovi služieb, ako aj o vydanom, vyrobenom, dodanom, poskytnutom, prijatom, odoslanom, vyvezenom alebo objednanom množstve alebo cene rozmnoženiny diela, napodobeniny diela alebo služby,
- e) **poskytnutia informácií o sprístupňovaní diela verejnosti spôsobom porušujúcim právo autora** vrátane údajov o užívateľoch a poskytovateľoch elektronických komunikačných služieb a služieb poskytujúcich obsah, o rozsahu použitia diela, ako aj o priamom alebo nepriamom majetkovom prospechu súvisiacom s takýmto porušením,
- f) **odstránenia následkov zásahu do autorského práva**, a to zničením neoprávnene vyhotovenej rozmnoženiny diela alebo napodobeniny diela, jej stiahnutím z obehu alebo z iného použitia alebo zničením materiálov, nástrojov a pomôcok použitých pri neoprávnenom zásahu alebo hrozbe neoprávneného zásahu, ich stiahnutím z obehu alebo z iného použitia,
- g) **náhrady nemajetkovej ujmy aj v peniazoch**, ak by sa priznanie iného zadost'učinenia, najmä ospravedlnenie alebo zverejnenie rozsudku súdu na náklady osoby, ktorá ohrozila alebo porušila autorské právo, nezdalo postačujúce (§ 442a ods. 1 OZ),
- h) **náhrady škody**, t. j. skutočnej škody a ušlého zisku (§ 442 OZ) a
- i) **vydania bezdôvodného obohatenia** – majetkového prospechu získaného napr. plnením bez právneho dôvodu alebo majetkového prospechu získaného z nepoctivých zdrojov (§ 451 a nasl. OZ).

2.3.8. Zodpovednosť poskytovateľa služby zdieľania obsahu on-line

Poskytovateľ služby zdieľania obsahu on-line (napr. YouTube, TikTok, Instagram) nesie zodpovednosť za neoprávnený verejný prenos diela, ak nepreukáže:

- a) že vynaložil všetko úsilie, ktoré je možné spravodlivo požadovať, na získanie súhlasu na toto použitie,

- b) že v súlade s vysokými odvetvovými štandardmi odbornej starostlivosti vynaložil všetko úsilie, ktoré je možné spravodlivo požadovať, na zaistenie nedostupnosti diela, o ktorom mu autor poskytol relevantné a nevyhnutné informácie, a
- c) že bez zbytočného odkladu po tom, čo od autora dostal dostatočne odôvodnené oznámenie, znemožnil prístup k oznámenému dielu alebo ho odstránil z každého svojho webového sídla a vynaložil všetko úsilie, ktoré je možné spravodlivo požadovať, na zamedzenie jeho budúceho nahratiu v súlade s písmenom b).

Poskytovateľ služby zdieľania obsahu on-line, ktorého služby pôsobia na trhu na území Slovenskej republiky, členského štátu EÚ alebo zmluvného štátu Dohody o EHP³⁹ kratšie ako tri roky a ktorého ročný obrat nepresiahne 10 miliónov eur, nesie zodpovednosť za neoprávnený verejný prenos diela, ak nepreukáže:

- a) že vynaložil všetko úsilie, ktoré je možné spravodlivo požadovať, na získanie súhlasu na toto použitie, a
- b) že bez zbytočného odkladu po tom, čo od autora dostal dostatočne odôvodnené oznámenie, znemožnil prístup k oznámenému dielu alebo ho odstránil z každého svojho webového sídla.

Poskytovateľ služby zdieľania obsahu on-line, u ktorého priemerný mesačný počet jedinečných návštevníkov služieb vypočítaný na základe predchádzajúceho kalendárneho roka prekročí päť miliónov, má súčasne s preukázaním povinností pod písm. a) a b) aj povinnosť preukázať, že vynaložil všetko úsilie, ktoré je možné spravodlivo požadovať, na zamedzenie budúceho nahratiu diela, o ktorom mu autor vopred poskytol relevantné a nevyhnutné informácie.

2.3.9. Licenčné zmluvy

Ak autorské dielo nie je voľným dielom a používateľ chce použiť dielo spôsobom, na ktorý sa nevzťahuje žiadna zo zákonných licencií, tak ho môže legálnym spôsobom použiť iba ak od autora alebo iného nositeľa majetkových práv (napr. dediča) získal súhlas (licenciu) na takéto použitie. Súhlas sa udeľuje licenčnou zmluvou uzatvorenou podľa AZ.

AZ upravuje:

- a) **licenčnú zmluvu všeobecne a**
- b) **osobitné druhy licenčných zmlúv, a to:**

³⁹Napr. Nórsko, Švajčiarsko, Island.

- ba) **licenčnú zmluvu na vydanie diela,**
- bb) **kolektívnu licenčnú zmluvu,**
- bc) **hromadnú licenčnú zmluvu,** pričom osobitne upravuje aj jej niektoré jej typy:
 - rozšírenú hromadnú licenčnú zmluvu a
 - multiteritoriálnu hromadnú licenčnú zmluvu na on-line použitie hudobných diel.

Ad a): Licenčnou zmluvou autor alebo odvodený subjekt autorského práva udeľuje nadobúdateľovi súhlas na použitie diela (licenciu).

Zmluvnými stranami licenčnej zmluvy sú poskytovateľ a nadobúdateľ.

Poskytovateľom licencie môže byť predovšetkým samotný autor, resp. spoluautor. Okrem nich môžu byť poskytovateľmi licencie ich dedičia, zamestnávateľ pri zamestnaneckom diele, pri spoločnom diele osoba, ktorá na jeho vytvorenie dala podnet, usmerňovala a zabezpečovala proces jeho vytvorenia, nadobúdateľ výhradnej licencie v rozsahu nadobudnutej výhradnej licencie, príslušná organizácia kolektívnej správy práv (všetky tieto subjekty odlišné od autora alebo spoluautorov nazývame ďalej tzv. odvodenými subjektmi autorského práva).

Nadobúdateľom licencie môže byť ktorákoľvek fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá má záujem autorské dielo používať.

Zmluvné strany by si mali v licenčnej zmluve upraviť najmä tieto **obsahové náležitosti**:

1. **presné vymedzenie diela, na ktoré sa licencia udeľuje** – v licenčnej zmluve je potrebné špecifikovať autorské dielo čo najkonkrétnejším spôsobom, aby nevznikali pochybnosti a zbytočné spory o tom, na použitie akého konkrétneho autorského diela sa udelil súhlas;
2. **spôsob použitia diela** – licenčná zmluva podľa druhu diela môže byť udelená na jednotlivé spôsoby použitia diela alebo na všetky spôsoby použitia diela;
3. **rozsah licencie** – zmluvné strany by sa mali dohodnúť na rozsahu licencie buď tak, že sa udeľuje licencia v neobmedzenom rozsahu alebo v územne alebo vecne obmedzenom rozsahu; ak rozsah nevyplýva z účelu licenčnej zmluvy, tak platí, že územný rozsah licencie je obmedzený na územie Slovenskej republiky a vecný rozsah licencie je obmedzený tak, ako je to obvyklé pri danom druhu diela a spôsobe použitia diela;
4. či sa udeľuje **výhradná alebo nevýhradná licencia** – poskytovateľ môže nadobúdateľovi udeliť výhradnú licenciu alebo nevýhradnú licenciu; podstata výhradnej licencie spočíva v tom, že poskytovateľ licencie nesmie udeliť tretej osobe licenciu na spôsob použitia diela špecifikovaný výhradnou licenciou a je povinný, ak sa s nadobúdateľom nedohodol inak, sám sa zdržať použitia diela spôsobom, na ktorý udelil výhradnú licenciu; naopak, pri nevýhradnej licencií nie sú takéto obmedzenia pre poskytovateľa licencie, takže môže

použiť dielo spôsobom, na ktorý udelil nevýhradnú licenciu, ako aj udeľovať licencie ďalším (tretím) osobám; ak nie je v licenčnej zmluve dohodnuté, že autor udelil výhradnú licenciu, platí, že udelil nevýhradnú licenciu;

5. **trvanie licencie** – zmluvné strany by sa mali dohodnúť na čase, na ktorý sa licencia udeľuje, alebo aspoň na spôsobe jeho určenia; ak licenčná zmluva neurčuje čas, na ktorý autor licenciu udeľuje, ani spôsob jeho určenia, platí, že licencia bola udelená na čas nevyhnutný na dosiahnutie účelu zmluvy; ak ani z účelu zmluvy nevyplýva niečo iné, platí, že licencia bola udelená na čas obvyklý pri danom druhu diela a spôsobe použitia diela, najviac však na jeden rok od udelenia licencie;
6. **odmena za poskytnutie licencie** – zmluvné strany si môžu dohodnúť odmenu najmä ako jednorazovú platbu, viacerými platbami počas určitého obdobia, v závislosti od príjmov alebo výnosov z využitia licencie; dohodnutá odmena za udelenie licencie alebo spôsob jej určenia musia zodpovedať jednotlivým spôsobom použitia diela, očakávanému ekonomickému zhodnoteniu diela a musí byť proporcionálna k tvorivému podielu autora na zhodnocovanom diele; ak v licenčnej zmluve nie je dohodnutá odmena ani spôsob jej určenia, a ani nie je v licenčnej zmluve uvedené, že sa licencia udeľuje bezodplatne, a nevyplýva to ani z jej účelu, platí, že poskytovateľ licencie má právo na odmenu vo výške, ktorá je obvyklá v čase uzavretia licenčnej zmluvy pri obdobných zmluvných podmienkach.

Ak s tým poskytovateľ licencie vopred súhlasil bez ohľadu na to, či takýto súhlas udelil priamo v licenčnej zmluve alebo po jej uzavretí, tak **nadobúdateľ má právo:**

- udeľovať sublicencie,
- postúpiť licenciu.

Podstata sublicencie spočíva v tom, že nadobúdateľ udelí tretej osobe súhlas na použitie diela v rozsahu licencie, ktorú mu udelil poskytovateľ. K postúpeniu licencie dochádza na základe zmluvy o postúpení licencie uzavretej medzi postupcom (súčasným nadobúdateľom licencie) a postupníkom (inou osobou, ktorej sa licencia postupuje). O postúpení licencie a o osobe postupníka je nadobúdateľ povinný informovať poskytovateľa licencie bez zbytočného odkladu.

Z hľadiska **formy uzatvorenia licenčnej zmluvy** AZ až na výnimky nevyžaduje, aby sa licenčná zmluva uzatvorila v písomnej forme. Písomnú formu musí mať iba licenčná zmluva, ktorou sa udeľuje výhradná licencia. Obsah licenčnej zmluvy alebo jej časť je možné určiť aj odkazom na licenčné podmienky, ktoré sú zmluvným stranám známe alebo sú im dostupné v čase uzavretia licenčnej zmluvy. Ak licenčná zmluva nebola uzavretá v písomnej forme, tak

každá zo zmluvných strán má právo písomne požiadať druhú zmluvnú stranu o vydanie písomného potvrdenia o uzavretí licenčnej zmluvy.

Poskytovateľ licencie môže ponúknuť udelenie licencie aj jednostranným právnym úkonom smerujúcim voči neurčitým osobám (**verejný návrh na uzatvorenie licenčnej zmluvy**). V takomto prípade licencia bude platne udelená v okamihu, keď nadobúdateľ uskutočnil také konanie, z ktorého možno vyvodiť jeho súhlas s licenčnými podmienkami. Takéto konanie nadobúdateľa sa bude považovať za prijatie verejného návrhu (ponuky) poskytovateľa na uzavretie licenčnej zmluvy. Takúto **verejnú licenciu** možno udeliť len ako nevýhradnú a bezodplatnú, pričom ju nemožno vypovedať. Možnosť udeľovania verejných licencií je reakciou na dlhodobý stav v praxi, kde dochádzalo k uzatváraniu tzv. licenčných zmlúv na diaľku v on-line prostredí. Pre licenčnú zmluvu na diaľku je charakteristické, že je uzavretá prostredníctvom jedného alebo viacerých prostriedkov diaľkovej komunikácie bez súčasnej fyzickej prítomnosti poskytovateľa a nadobúdateľa licencie. Týmto spôsobom sa teda umožnilo platné uzatváranie tzv. verejných licencií ako sú Creative Commons, GNU, GPL, BSD alebo EUPL.

Ad ba): **Licenčná zmluva na vydanie diela** je najstarší typ licenčnej zmluvy na použitie autorského diela, ktorá v minulosti mala rôzne označenia, najčastejšie označenie „nakladateľská zmluva“. Touto licenčnou zmluvou poskytovateľ (spravidla autor) udeľuje nadobúdateľovi licenciu na vydanie autorského diela, pričom vydanie diela zahŕňa tieto spôsoby použitia autorského diela:

- vyhotovenie rozmnoženiny a
- verejné rozširovanie týchto rozmnoženín, alebo ich sprístupňovanie verejnosti.

Na základe tejto licenčnej zmluvy nemožno vydať všetky druhy autorských diel a týka sa to iba slovesného diela, divadelného diela, hudobného diela, fotografického diela, iného diela výtvarného umenia alebo kartografického diela.

Ad bb): **Kolektívna licenčná zmluva** je prvým druhom licenčnej zmluvy, ktorú v právnom postavení poskytovateľa licencie namiesto autora či iného nositeľa majetkových autorských práv (napr. dediča) uzatvára **organizácia kolektívnej správy**.

Hlavnou osobitosťou tejto zmluvy je druhá zmluvná strana, ktorá uzatvára túto zmluvu s organizáciou kolektívnej správy. Druhou zmluvnou stranou – **nadobúdateľom licencie** oprávneným používať autorské diela môže byť iba **právnická osoba, ktorá združuje používateľov diel**. Práve táto druhá zmluvná strana vyjadruje „kolektívnosť“ tejto licenčnej zmluvy.

Predmetom tejto licenčnej zmluvy je teda udelenie súhlasu na použitie autorského diela tejto právnickej osobe, a to zo strany organizácie kolektívnej správy za skutočného nositeľa autorských majetkových práv, vo vzťahu ku ktorým táto organizácia vykonáva kolektívnu správu. Touto licenčnou zmluvou sa môže udeliť súhlas na použitie nielen jedného autorského diela, ale aj viacerých autorských diel súčasne. Za právnickú osobu združujúcu používateľov diel možno považovať akúkoľvek právnickú osobu bez ohľadu na to, či je alebo nie je oprávnená na podnikateľskú činnosť, avšak do úvahy budú skôr prichádzať predovšetkým rôzne záujmové združenia založené podľa zákona č. 83/1990 Zb. o združovaní občanov.

Z kolektívnej licenčnej zmluvy vznikajú práva a povinnosti jednotlivému členovi právnickej osoby združujúcej používateľov diel až **od okamihu, keď člen voči tejto právnickej osobe s ňou písomne prejaví súhlas.**

Kolektívna licenčná zmluva musí mať **písomnú formu** a možno ňou udeliť iba **nevýhradnú licenciu.**

Organizácie kolektívnej správy v súčasnej praxi uzavierajú kolektívne licenčné zmluvy len veľmi výnimočne. V minulosti napríklad SOZA uzatvorila kolektívnu licenčnú zmluvu na používanie hudobných diel so združením, ktoré združuje klubových DJ-ov.

Ad bc): **Hromadná licenčná zmluva** je druhým a posledným druhom licenčnej zmluvy, ktorú v právnom postavení poskytovateľa licencie namiesto autora či iného nositeľa majetkových autorských práv (napr. dediča) uzatvára **organizácia kolektívnej správy**. Ide o najčastejší druh licenčnej zmluvy, ktorý v praxi uzatvárajú organizácie kolektívnej správy.

Na rozdiel od kolektívnej licenčnej zmluvy druhou zmluvnou stranou – nadobúdateľom licencie je priamo **používateľ autorských diel**. Hromadnosť tejto zmluvy spočíva v tom, že sa touto zmluvou udeľuje súhlas na použitie viacerých autorských diel.

Hromadná licenčná zmluva musí mať **písomnú formu** a možno ňou udeliť iba **nevýhradnú licenciu.**

Osobitnými typmi hromadných licenčných zmlúv sú:

- rozšírená hromadná licenčná zmluva a
- multiteritoriálna hromadná licenčná zmluva na on-line použitie autorských diel.

Rozšírenú hromadnú licenciu môže uzatvárať iba organizácia kolektívnej správy, ktorá zastupuje najviac nositeľov majetkových autorských práv (tzv. **reprezentatívna organizácia kolektívnej správy**) a je Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky vedená v evidencii organizácií kolektívnej správy ako reprezentatívna organizácia kolektívnej správy, ktorá je spôsobilá uzatvárať tieto zmluvy. V súčasnosti sú takýmito reprezentatívnymi organizáciami kolektívnej správy SOZA a LITA. Tento druh licenčnej zmluvy v praxi

uzavierajú najmä s rozhlasovými a televíznymi vysielateľmi pre potreby výroby ich televíznych alebo rozhlasových programov a relácií.

Predmetom tejto hromadnej licenčnej zmluvy je, že organizácia kolektívnej správy **udeľuje súhlas na použitie všetkých diel** – nielen nositeľov autorských majetkových práv, ktorých zastupuje, a vykonáva správu ich majetkových autorských práv, ale aj nositeľov majetkových autorských práv, ktorí nie sú touto organizáciou kolektívnej správy zastupovaní, ak nevyhlásili kolektívnu správu vo vzťahu k svojim dielam (t.j. neuplatnili tzv. *opt-out*).

Každý nositeľ majetkových autorských práv, ktorý nie je touto organizáciou kolektívnej správy zastupovaný, má však právo kedykoľvek vylúčiť kolektívnu správu svojich majetkových autorských práv vo vzťahu ku všetkým dielam alebo len k niektorému zo svojich diel prostredníctvom hromadnej rozšírenej licenčnej zmluvy. Ide o tzv. **uplatnenie *opt-out***. *Opt-out* takýto nositeľ majetkových autorských práv môže realizovať iba písomným oznámením adresovaným tejto organizácii kolektívnej správy, ktorá je následne o tom povinná bez zbytočného odkladu informovať nadobúdateľa licencie. Rozšírenou hromadnou licenčnou zmluvou možno udeliť iba **nevýhradnú licenciu** a táto zmluva musí mať **písomnú formu**.

Multiteritoriálna hromadná licenčná zmluva na on-line použitie autorských diel je licenčná zmluva, ktorou organizácia kolektívnej správy udeľuje súhlas na použitie viacerých hudobných diel, ktorý sa vzťahuje na územie viac než jedného členského štátu Európskej únie alebo zmluvného štátu Dohody o Európskom hospodárskom priestore na nasledujúce spôsoby použitia diela:

- vyhotovenie on-line digitálnej rozmnoženiny hudobných diel, alebo
- on-line verejný prenos digitálnej rozmnoženiny hudobných diel.

Multiteritoriálnou hromadnou licenčnou zmluvou na on-line použitie hudobných diel možno udeliť iba **nevýhradnú licenciu** a táto zmluva musí mať **písomnú formu**.

Organizácia kolektívnej správy môže udeľovať súhlas aj na použitie hudobných diel, vo vzťahu ku ktorým vykonáva správu majetkových autorských práv iná organizácia kolektívnej správy, a to na základe predchádzajúcej dohody s touto organizáciou kolektívnej správy a na základe jej osobitného splnomocnenia.

Tento druh licenčnej zmluvy sa však dosiaľ v praxi výraznejším spôsobom nepresadil. Naďalej dominuje uzavieranie hromadných licenčných zmlúv.

AZ okrem autorského práva k autorským dielam upravuje aj práva k ďalším predmetom duševného vlastníctva, ktoré označuje ako **práva súvisiace s autorským právom**. Patria sem práva výkonných umelcov k svojim umeleckým výkonom, právo výrobcov k zvukovým

záznamom, právo výrobcov k audiovizuálnym záznamom, právo vysielateľov k vysielaniu a práva vydavateľov k periodikám.

2.4. PRÁVA VÝKONNÉHO UMELECA

Práva výkonných umelcov majú najbližšie k autorskému právu, pretože ho tvoria tiež výhradné osobnostné práva, ako aj výhradné majetkové práva. Z tohto dôvodu práva výkonných umelcov teória označuje za **práva príbuzné autorskému právu**.

2.4.1. Umelecký výkon a výkonný umelec

Pod pojmom **umelecký výkon** rozumieme predvedenie, prednes alebo iné tvorivé vykonanie umeleckého diela alebo diela tradičnej ľudovej kultúry spevom, hraním, recitáciou, tancom alebo iným spôsobom. Umeleckými výkonmi sú vykonávané umelecké diela, nie však vedecké diela, a to aj diela, ktoré sú z autorskoprávnej ochrany vylúčené (diela tradičnej ľudovej kultúry). Umelecký výkon je spätý s osobnosťou výkonného umelca, je prejavom jeho osobnosti, pretože je výsledkom jeho pocitov, temperamentu, intelektu, vlastností a schopností. Všetky tieto aspekty sa prejavujú pri vonkajšom vyjadrení (stvárnení) umeleckého výkonu, na jeho vyjadrení prostredníctvom telesného aparátu výkonného umelca (t.j. hlasom, gestikuláciou, mimikou tváre a inými pohybmi tela).

Pri umeleckom výkone nie je pritom rozhodujúce, akú umeleckú hodnotu má vykonávané dielo, pretože aj dielo nepatrnej umeleckej hodnoty možno vykonať vysoko hodnotným umeleckým výkonom. Rovnako ako pri autorskom práve nie je pre vznik umeleckého výkonu, a teda pre vznik práva výkonného umelca podmienkou, aby bol umelecký výkon hmotne zachytený (zaznamenaný) na nejaký nosič (na hnutelnú vec). Na vznik ochrany umeleckého výkonu postačí, ak umelecký výkon bol vyjadrený aj efemérne (pomínutelne). Rovnako ako pri autorskom práve, **práva výkonného umelca k jeho umeleckému výkonu vznikajú** okamihom, keď je umelecký výkon objektívne vyjadrený v podobe vnímateľnej zmyslami (hoci aj efemérne) bez ohľadu na jeho podobu, obsah, kvalitu, účel alebo formu vyjadrenia.

Výkonným umelcom môže byť iba **fyzická osoba, ktorá osobne podá umelecký výkon tak, že spieva, hrá, predvádza, prednáša alebo inak tvorivo vykonáva umelecké dielo alebo dielo tradičnej kultúry** (najmä spevák, hudobník, dirigent, herec, tanečník alebo

artista). Nie je pritom rozhodujúce, či má spôsobilosť na právne úkony, pretože podanie umeleckého výkonu nie je právnym úkonom. Umelecký výkon preto môže podať aj osoba, ktorá nemá plnú spôsobilosť na právne úkony (maloletá osoba alebo dospelá osoba obmedzená v tejto spôsobilosti právoplatným rozhodnutím súdu).

Výkonní umelci môžu vykonávať umelecké diela alebo diela tradičnej kultúry buď ako sólisti, alebo kolektívne ako členovia rôznych umeleckých telies, ako sú napríklad orchester, zbor, tanečný súbor a pod. Pri nakladaní s právami k umeleckému výkonu vytvorenému kolektívne pri vykonaní toho istého umeleckého diela alebo diela tradičnej ľudovej kultúry viacerými výkonnými umelcami, ktorými sú členovia orchestra, zboru, tanečného súboru alebo iného umeleckého zoskupenia, týchto výkonných umelcov zastupuje v ich mene a na ich účet spoločný zástupca.

2.4.2. Obsah práva výkonného umelca

Právo výkonného umelca zahŕňa **výhradné osobnostné práva a výhradné majetkové práva.**

Na výkonného umelca a jeho umelecký výkon sa primerane vzťahuje to, čo bolo uvedené o výhradných osobnostných autorských právach. To znamená, že ide o nasledujúce **výhradné osobnostné práva výkonného umelca:**

- a) **právo na pôvodcovstvo** svojho umeleckého výkonu,
- b) **právo rozhodnúť o zverejnení alebo nezverejnení** umeleckého výkonu,
- c) **právo na označenie** svojho umeleckého výkonu,
- d) **právo na nedotknuteľnosť** umeleckého výkonu.

Aj pre výhradné osobnostné práva výkonných umelcov platí, že výkonný umelec sa ich nemôže vzdať, nemôže ich previesť (scudzit') na inú osobu a jeho smrťou zanikajú. Osobnostné práva výkonného umelca trvajú iba počas života výkonného umelca a jeho smrťou zanikajú. Po smrti výkonného umelca sa ochrany osobnostných práv výkonného umelca môžu domáhať osoby určené AZ v rámci tzv. postmortálnej ochrany (blízka osoba, dedič, príslušná profesijná komora alebo príslušná právnická osoba združujúca výkonných umelcov), a teda rovnako, ako je to pri autorskom práve.

Základným **výhradným majetkovým právom** výkonného umelca je **právo použiť umelecký výkon.** Okrem tohto majetkového práva AZ upravuje aj ďalšie majetkové práva výkonného umelca, ktorými sú právo na primeranú odmenu a právo na dodatočnú odmenu.

Obsahom majetkového práva výkonného umelca použiť umelecký výkon je jednak **právo použiť svoj umelecký výkon sám** a jednak **právo udeliť súhlas na použitie umeleckého výkonu iným (tretím) osobám**. Ak AZ neupravuje tzv. zákonnú licenciu, ktorá umožňuje použiť umelecký výkon bez súhlasu výkonného umelca a bez povinnosti zaplatiť mu odmenu za takéto použitie, tak umelecký výkon je možné použiť iba so súhlasom výkonného umelca a spravidla za odmenu. **Súhlas** na použitie umeleckého výkonu sa udeľuje **licenčnou zmluvou**. Z hľadiska spôsobov použitia umeleckého výkonu sa rozlišuje medzi živým a zaznamenaným umeleckým výkonom.

Medzi spôsoby použitia umeleckého výkonu, na ktoré sa vyžaduje súhlas výkonného umelca, patria:

- verejný prenos nezaznamenaného umeleckého výkonu okrem vysielania,
- vyhotovenie originálu záznamu umeleckého výkonu,
- vyhotovenie rozmnoženiny záznamu umeleckého výkonu,
- verejné rozširovanie originálu záznamu umeleckého výkonu alebo jeho rozmnoženiny prevodom vlastníckeho práva, vypožičaním alebo nájmom,
- sprístupňovanie záznamu umeleckého výkonu,
- retransmisia záznamu umeleckého výkonu, okrem káblovej retransmisie.

2.4.3. Trvanie a zánik majetkových práv výkonného umelca a voľný umelecký výkon

Na rozdiel od osobnostných práv majetkové práva výkonného umelca jeho smrťou nezaničajú a sú predmetom dedičstva. Majetkové práva výkonného umelca **trvajú 50 rokov od podania umeleckého výkonu**. Táto doba trvania majetkových práv môže byť **predĺžená** v dvoch prípadoch:

- ak počas doby trvania majetkových práv výkonného umelca došlo k vydaniu zvukového záznamu umeleckého výkonu alebo verejnemu prenosu zvukového záznamu umeleckého výkonu, majetkové práva výkonného umelca trvajú **70 rokov po prvom oprávnenom vydaní alebo po prvom oprávnenom verejnom prenose zvukového záznamu umeleckého výkonu**, podľa toho, ktorá z týchto skutočností nastala skôr;
- ak počas doby trvania majetkových práv výkonného umelca došlo k vydaniu audiovizuálneho záznamu umeleckého výkonu alebo verejnemu prenosu audiovizuálneho záznamu umeleckého výkonu, majetkové práva výkonného umelca trvajú **50 rokov po prvom oprávnenom vydaní alebo po prvom oprávnenom verejnom prenose**

audiovizuálneho záznamu umeleckého výkonu, podľa toho, ktorá z týchto skutočností nastala skôr.

Ako pri autorskom práve, obdobne aj umelecký výkon sa stane voľným za obdobných podmienok. Za **voľný umelecký výkon** sa považuje umelecký výkon, vo vzťahu ku ktorému nikomu nepatria majetkové práva. Každý ho môže voľne použiť bez toho, aby musel získať od výkonného umelca súhlas (licenciu) na jeho použitie a uhradiť odmenu za jeho použitie.

Umelecký výkon sa stane voľným:

- a) uplynutím doby trvania majetkových práv alebo
- b) pred uplynutím doby trvania majetkových práv, ak výkonný umelec:
 - nemal dedičov,
 - síce mal dedičov, avšak tí odmietli dedičstvo prijať (§ 463 až § 468 OZ),
 - síce mal dedičov, avšak tí nemali dedičskú spôsobilosť (§ 469 OZ), alebo
 - síce mal dedičov, avšak ich vydedil (§ 469a OZ).

2.4.4. Záonné licencie

Od voľného umeleckého výkonu, ku ktorému zanikli majetkové práva, je potrebné odlišovať AZ ustanovené výnimky a obmedzenia majetkových práv výkonného umelca (tzv. zákonné licencie), ktoré predstavujú obmedzenie stále existujúcich majetkových práv patriacich výkonnému umelcovi, alebo ich inému nositeľovi (napr. dedičovi).

Vo všeobecnosti platí, že výkonný umelec alebo iný nositeľ majetkových práv k umeleckému výkonu (napr. dedič) má právo použiť umelecký výkon sám alebo udeľovať na základe licenčnej zmluvy súhlas (licenciu) na každé jeho použitie. Avšak AZ ustanovuje aj určité výnimky a obmedzenia týchto majetkových práv k umeleckému výkonu (tzv. zákonné licencie), keď toto pravidlo neplatí.

Za použitie umeleckého výkonu na základe zákonnej licencie teda **nevznikajú používateľovi umeleckého výkonu ani povinnosť získať predchádzajúci súhlas na jeho použitie (licenciu)** a ani **povinnosť uhradiť nositeľovi majetkových práv k umeleckému výkonu odmenu**. Jednotlivé výnimky a obmedzenia majetkových práv k umeleckému výkonu (zákonné licencie) sú podobné, ako sú zákonné licencie pri použití autorských diel, a podľa účelu použitia sa obdobne zaraďujú do týchto skupín:

1. použitie umeleckého výkonu na účely slobody prejavu a práva na informácie,
2. použitie umeleckého výkonu na sociálne, vzdelávacie, vedecké, kultúrne, úradné a iné účely,

3. použitie umeleckého výkonu s minimálnym hospodárskym významom.

AZ upravuje aj právo výrobcov zvukových záznamov, právo výrobcov audiovizuálnych záznamov, právo vysielateľov a právo vydavateľov periodík, ktoré sú iba majetkovými právami.

2.5. PRÁVA VÝROBCOV ZVUKOVÝCH A AUDIOVIZUÁLNYCH ZÁZNAMOV

2.5.1. Zvukový a audiovizuálny záznam, výrobcovia zvukových a audiovizuálnych záznamov

Na rozdiel od autorského diela či umeleckého výkonu sú zvukový a audiovizuálny záznam predmetmi chránenými AZ, ktoré však nie sú výsledkom tvorivej duševnej činnosti. Ochrana týchto predmetov duševného vlastníctva je zdôvodnená najmä ekonomickými záujmami.

Zvukový záznam je záznam zvukov vnímateľných sluchom bez ohľadu na to, akým spôsobom a na akom nosiči sa tieto zvuky zaznamenávajú. Predmetom práva výrobcu zvukového záznamu je teda nehmotný predmet bez ohľadu na to, na akom nosiči zvuku je zachytený. Môže ísť o záznam zvukov umeleckého výkonu výkonného umelca (napríklad z predvedenia hudobných, dramatických alebo hudobno-dramatických diel) alebo záznam iných zvukov, ako sú napríklad zvuky prírody, spev vtákov a pod. Za zvukový záznam sa nepovažuje záznam zvukovej zložky audiovizuálneho diela.

Výrobcom zvukového záznamu je fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá iniciovala alebo zabezpečila jeho konečné vyhotovenie. Výrobcovia zvukových záznamov sú teda osoby, ktoré buď si u niekoho objednávajú technické vyhotovenie zvukového záznamu alebo z organizačného, finančného a technického hľadiska si sami zabezpečia vyhotovenie zvukového záznamu.

Za audiovizuálny záznam sa v prvom rade považuje záznam audiovizuálneho diela zaznamenaný ako sled zámerne usporiadaných a navzájom súvisiacich obrazov vyvolávajúcich dojem pohybu a sprevádzaných zvukom alebo bez neho. Okrem toho audiovizuálnym záznamom je aj **záznam obrazov sprevádzaných zvukom alebo bez neho,** bez ohľadu na to, akým spôsobom a na akom nosiči sa tieto zvuky a obrazy zaznamenávajú. Predmetom práva výrobcu audiovizuálneho záznamu vo všeobecnosti je teda nehmotný predmet bez ohľadu na to, na akom nosiči je záznam obrazov zachytený. Môže ísť buď

o záznam audiovizuálneho diela, ktoré je chránené ako autorské dielo, alebo aj o záznam obrazov autorskoprávne nechránený bez ohľadu na to, či sú alebo nie sú sprevádzané zvukom.

Výrobcom audiovizuálneho záznamu je fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá iniciovala alebo zabezpečila jeho konečné vyhotovenie. Výrobcovia audiovizuálnych záznamov sú teda osoby, ktoré buď si u niekoho objednávajú technické vyhotovenie audiovizuálneho záznamu alebo z organizačného, finančného a technického hľadiska si sami zabezpečia vyhotovenie audiovizuálneho záznamu.

2.5.2. Obsah práv výrobcov zvukových a audiovizuálnych záznamov

Obsah práv výrobcov zvukových záznamov a audiovizuálnych záznamov zahŕňa **iba výhradné majetkové práva**. Výrobcovia pri vyhotovovaní zvukových a audiovizuálnych záznamov **nevykonávajú tvorivú duševnú činnosť**, ale **vykonávajú výrobnú činnosť**. Zvukový a ani audiovizuálny záznam nie sú teda výsledkom tvorivosti jeho výrobcu. Z tohto dôvodu **výrobcom zvukových záznamov nepatria osobnostné práva**.

Medzi **základné výhradné majetkové práva** výrobcov zvukových a audiovizuálnych záznamu patrí právo použiť záznam. Obsahom tohto majetkového práva výrobcu sú:

- právo použiť svoj záznam a
- právo udeliť súhlas na použitie záznamu iným (tretím) osobám.

Ak teda AZ neupravuje tzv. zákonnú licenciou, ktorá umožňuje použiť záznam bez súhlasu jeho výrobcu a bez povinnosti zaplatiť mu odmenu za takéto použitie, **záznam je možné použiť iba so súhlasom jeho výrobcu a spravidla za odmenu**. Súhlas na použitie záznamu sa udeľuje licenčnou zmluvou. Toto majetkové právo výrobcu je **prevoditeľné**. Možno ho teda previesť (scudzit') na inú osobu. Prevodom toto majetkové právo výrobcu zaniká a vzniká osobe, na ktorú bolo prevedené.

Medzi spôsoby použitia záznamu, na ktoré sa vyžaduje súhlas jeho výrobcu, patria:

- vyhotovenie rozmnoženiny záznamu,
- verejné rozširovanie originálu záznamu alebo jeho rozmnoženiny prevodom vlastníckeho práva, vypožičaním alebo nájmom,
- vysielanie záznamu,
- sprístupňovanie záznamu verejnosti,
- retransmisia záznamu okrem káblovej retransmisie
- pri audiovizuálnom zázname aj technické predvedenie.

2.5.3. Trvanie a zánik majetkových práv výrobcov

Majetkové práva výrobcu zvukového záznamu trvajú 50 rokov od vyhotovenia zvukového záznamu. Doba trvania majetkových práv môže byť **predĺžená**, ak počas doby trvania majetkových práv výrobcu zvukového záznamu došlo k vydaniu zvukového záznamu alebo verejnému prenosu zvukového záznamu. V takomto prípade majetkové práva výrobcu zvukového záznamu trvajú **70 rokov po prvom oprávnenom vydaní alebo po prvom oprávnenom verejnom prenose**, podľa toho, ktorá z týchto skutočností nastala skôr.

Majetkové práva výrobcu audiovizuálneho záznamu trvajú 50 rokov od vyhotovenia audiovizuálneho záznamu. Doba trvania majetkových práv môže byť **predĺžená**, ak počas doby trvania majetkových práv výrobcu audiovizuálneho záznamu došlo k vydaniu audiovizuálneho záznamu alebo jeho verejnému prenosu. V takomto prípade majetkové práva výrobcu audiovizuálneho záznamu trvajú **50 rokov po prvom oprávnenom vydaní alebo po prvom oprávnenom verejnom prenose**, podľa toho, ktorá z týchto skutočností nastala skôr.

Uplynutím doby trvania majetkových práv výrobcov dochádza k ich zániku.

2.5.4. Zákonné licencie

Vo všeobecnosti platí, že výrobcovia zvukových a audiovizuálnych záznamov majú právo použiť svoje záznamy sami alebo udeľovať na základe licenčnej zmluvy súhlas (licenciu) na každé ich použitie. Avšak AZ ustanovuje aj určité výnimky a obmedzenia týchto majetkových práv výrobcu audiovizuálneho záznamu (tzv. zákonné licencie), keď toto pravidlo neplatí. Za použitie zvukového alebo audiovizuálneho záznamu na základe zákonnej licencie teda nevzniká jeho používateľovi povinnosť získať predchádzajúci súhlas na jeho použitie (licenciu) a ani povinnosť uhradiť jeho výrobcovi odmenu.

Pri použití zvukových a audiovizuálnych záznamov sa primerane uplatňujú zákonné licencie ako pri použití autorských diel (viď podkapitola 2.3.5.).

2.6. PRÁVA VYSIELATEĽOV

2.6.1. Vysielať a vysielanie

Vysielanie je ďalším predmetom chráneným AZ, ktorý však nie je výsledkom tvorivej duševnej činnosti. **Vysielaťom** je fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá redakčne zodpovedá za obsah programovej služby a časové usporiadanie jednotlivých zložiek programovej služby, ktorú vysiela alebo ktorú necháva šíriť v úplnej a nezmenenej forme treťou osobou.

Vysielaťelia sa rozlišujú na **vysielaťov zriadených zákonom** (RTVS) a na **vysielaťov s autorizáciou**, ktorú udeľuje Rada pre mediálne služby (pred rokom 2022 Rada pre vysielanie a retransmisiiu udeľovala vysielaťom licencie). Podľa toho, či ide o rozhlasové alebo televízne vysielanie, vysielaťelia sa členia na **rozhlasových vysielaťov** a **televíznych vysielaťov**.

Pojem **vysielanie** možno chápať v dvoch rovinách, a to jednak ako činnosť a jednak ako výsledok vysielania, ktorý je vnímateľný ľudskými zmyslami. **Predmetom ochrany práv vysielaťov** nie je vysielanie v rovine činnosti šírenia programovej služby prostredníctvom elektronickej komunikačnej siete, ale **vysielaťom vytvorená a šírená programová služba**. Predmetom práva vysielaťa nie sú len šírená programová služba ako celok, ale aj jej jednotlivé časti.

2.6.2. Obsah práva vysielaťov

Obsah práva vysielaťa tvoria iba **výhradné majetkové práva**, ktoré sú prevoditeľné. Medzi tieto majetkové práva patria:

- **právo použiť svoje vysielanie** a
- **právo udeľovať súhlas na použitie vysielania** iným (tretím) osobám.

Ak teda AZ neupravuje tzv. zákonnú licenciu, ktorá umožňuje použiť vysielanie bez súhlasu vysielaťa a bez povinnosti zaplatiť mu odmenu za takéto použitie, tak vysielanie je možné použiť iba **so súhlasom vysielaťa** a spravidla **za odmenu**. Súhlas na použitie vysielania sa udeľuje licenčnou zmluvou.

Medzi spôsoby použitia vysielania, na ktoré sa vyžaduje súhlas vysielaťa, patria:

- verejný prenos vysielania, ak sa uskutočňuje na miestach, ktoré sú verejnosti prístupné za vstupný poplatok,
- vyhotovenie záznamu vysielania,
- vyhotovenie rozmnoženiny záznamu vysielania,
- verejnú rozširovanie záznamu vysielania alebo jeho rozmnoženiny prevodom vlastníckeho práva,
- retransmisia vysielania,
- sprístupňovanie záznamu vysielania verejnosti,
- verejný prenos vysielania pomocou priameho vstupu.

2.6.3. Trvanie a zánik majetkových práv vysielateľa

Majetkové práva vysielateľa **trvajú 50 rokov od vysielania**. Trvanie majetkových práv vysielateľa sa skončí posledným dňom kalendárneho roka, v ktorom uplynie doba trvania majetkových práv. Táto doba trvania majetkových práv **nemôže byť predĺžená**. Uplynutím doby trvania majetkových práv vysielateľa dochádza k ich zániku.

2.6.4. Zákonné licencie

Aj pri vysielaní všeobecne platí, že vysielateľ má právo použiť vysielanie sám alebo udeľovať na základe licenčnej zmluvy súhlas (licenciu) na každé jeho použitie. Avšak AZ ustanovuje aj určité výnimky a obmedzenia týchto majetkových práv vysielateľa (tzv. zákonné licencie), kedy toto pravidlo neplatí. Za použitie vysielania na základe zákonnej licencie teda nevznikajú jeho používateľovi ani povinnosť získať predchádzajúci súhlas na jeho použitie (licenciu) a ani povinnosť uhradiť vysielateľovi odmenu.

Pri použití vysielania sa primerane uplatňujú zákonné licencie ako pri použití autorských diel (viď podkapitola 2.3.5.).

2.7. PRÁVA VYDAVATEĽOV PERIODÍK

2.7.1. Vydavateľ periodika a periodikum

Od 25. marca 2022 sa v Slovenskej republike zaviedlo periodikum ako nový predmet ochrany, čím sa rozšírila pôsobnosť AZ o nové právo súvisiace s autorským právom pre vydavateľov periodík. Týmto došlo k transpozícii článku 15 Smernice o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom na digitálnom jednotnom trhu⁴⁰, ktorým sa má poskytnúť ochrana aj tlačovým publikáciám pri ich online používaní.

Vydavateľ periodika je poskytovateľ služieb usadený v členskom štáte EÚ alebo zmluvného štátu Dohody o EHP⁴¹, ktorý z vlastného podnetu a pod svojou kontrolou vydáva alebo sprístupňuje verejnosti periodikum.

Periodikum je ďalším predmetom chráneným AZ, ktorý však nie je výsledkom tvorivej duševnej činnosti. **Periodikum** je samostatný súbor zložený prevažne z literárnych diel novinárskej povahy, iných diel a iných predmetov ochrany podľa AZ:

- a) ktorý je pravidelne najmenej raz ročne aktualizovaný pod jedným názvom, ako sú napr. noviny alebo časopisy všeobecného alebo osobitného zamerania,
- b) ktorého účelom je poskytovanie informácií verejnosti týkajúcich sa spravodajstva alebo iných tém a
- c) ktorý je vydaný alebo sprístupnený verejnosti v akejkoľvek forme z podnetu, v redakčnej zodpovednosti a pod kontrolou vydavateľa periodika.

Periodiká obsahujú prevažne literárne diela, ale čoraz viac zahŕňajú aj iné druhy diel a iných predmetov ochrany, najmä fotografie a videá, ktoré sú určené na poskytovanie informácií verejnosti najmä formou spravodajstva a publicistiky. Ide o denníky, týždenníky a mesačníky všeobecného alebo osobitného zamerania vrátane časopisov založených na predplatnom a spravodajské webové sídla, ale aj napríklad ročenky vychádzajúce raz ročne.

Ochrana sa však nevzťahuje na periodické publikácie, ktoré sa vydávajú alebo sprístupňujú verejnosti na vedecké účely alebo akademické účely, ako sú vedecké časopisy.

⁴⁰Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/790 zo 17. apríla 2019 o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom na digitálnom jednotnom trhu a o zmene smerníc 96/9/ES a 2001/29/ES (Ú. v. EÚ L 130, 17. 5. 2019).

⁴¹Napr. Nórsko, Švajčiarsko, Island.

2.7.2. Obsah práva vydavateľov periodík

Obsah práva vydavateľov periodík tvoria iba **výhradné majetkové práva**, ktoré sú **prevoditeľné**.

Medzi majetkové práva patrí **právo použiť periodikum**, ktoré v sebe zahŕňa:

- a) **právo použiť svoje periodikum a**
- b) **právo udeľovať súhlas na použitie svojho periodika** iným (tretím) osobám, **tzv. poskytovateľom služieb informačnej spoločnosti**.

Službou informačnej spoločnosti sa rozumie služba poskytovaná za úhradu, na diaľku, elektronickým spôsobom a na základe individuálnej žiadosti prijímateľa služby.

Ak teda AZ neupravuje tzv. zákonnú licenciu, ktorá umožňuje použiť periodikum bez súhlasu vydavateľa a bez povinnosti zaplatiť mu odmenu za takéto použitie, periodikum je možné použiť iba **so súhlasom vydavateľa** a spravidla **za odmenu**. Súhlas na použitie periodika sa udeľuje licenčnou zmluvou.

Medzi **spôsoby použitia periodika poskytovateľom služieb informačnej spoločnosti**, na ktoré sa vyžaduje súhlas vydavateľa, patria:

- vyhotovenie rozmnoženiny periodika on-line,
- sprístupňovanie periodika on-line.

Povinnosť získať takýto súhlas sa však nevzťahuje na

- a) používanie periodika individuálnym používateľom pre súkromnú potrebu a na účel, ktorý nie je priamo ani nepriamo obchodný,
- b) nakladanie s hypertextovým odkazom,
- c) použitie nadpisu, individuálnych slov alebo veľmi krátkeho úryvku z periodika, ktorý nie je schopný byť náhradou za celé dielo.

2.7.3. Trvanie a zánik majetkových práv vydavateľa periodika

Majetkové práva vydavateľa **trvajú 2 roky od zverejnenia**. Trvanie majetkových práv vydavateľa periodika sa skončí posledným dňom kalendárneho roka, v ktorom uplynie doba trvania majetkových práv. Táto doba trvania majetkových práv **nemôže byť predĺžená**. Uplynutím doby trvania majetkových práv vysielateľa dochádza k ich zániku.

2.7.4. Zákonné licencie

Aj pri periodikách všeobecne platí, že ich vydavateľ má právo použiť periodikum sám alebo udeľovať na základe licenčnej zmluvy súhlas (licenciu) na každé jeho použitie. Avšak AZ ustanovuje aj určité výnimky a obmedzenia týchto majetkových práv vydavateľa (tzv. zákonné licencie), kedy toto pravidlo neplatí. Za použitie periodika na základe zákonnej licencie teda nevznikajú jeho používateľovi povinnosť získať predchádzajúci súhlas na jeho použitie (licenciu) a ani povinnosť uhradiť vydavateľovi odmenu.

Pri použití periodika sa primerane uplatňujú zákonné licencie ako pri použití autorských diel (viď podkapitola 2.3.5).

2.8. KOLEKTÍVNA SPRÁVA PRÁV

2.8.1. Vymedzenie kolektívnej správy práv

Správou práv podľa AZ sa rozumie správa výkonu majetkových práv k autorskému dielu, umeleckému výkonu, zvukovému záznamu, audiovizuálnemu záznamu, vysielaniu, periodiku. Túto správu práv vykonáva za nositeľa majetkových práv spravidla organizácia kolektívnej správy. Správa práv vykonávaná organizáciou kolektívnej správy sa preto označuje za **kolektívnu správu práv**.

Prudký technologický rozvoj, globalizácia a bežná dostupnosť internetu umožnili používať autorské diela, umelecké výkony, zvukové záznamy, audiovizuálne záznamy, rozhlasové alebo televízne vysielanie a digitálne periodiká veľkému počtu používateľov na rozličných miestach na celom svete, či už súčasne alebo v rôznom čase. V dôsledku toho nositelia majetkových práv k týmto nehmotným statkom nemajú reálnu možnosť sledovať každé ich použitie, individuálne rokovať s každým používateľom o podmienkach licencie a ani vyberať a vymáhať odmeny od používateľov za každé ich použitie. Z uvedených dôvodov vo vyspelých štátoch sveta vrátane Slovenskej republiky došlo k vytvoreniu inštitútu kolektívnej správy práv.

Účelom kolektívnej správy práv je umožniť používanie nehmotných statkov podľa AZ tam, kde nie je celkom dobre možný alebo účelný individuálny výkon majetkových práv samotnými ich nositeľmi. **Organizácie kolektívnej správy** v týchto prípadoch **vo vlastnom mene uzatvárajú licenčné zmluvy s používateľmi** a následne **vyberajú, spravujú**

a rozdeľujú zaplatené licenčné odmeny pre nositeľov majetkových práv, ktoré im priznáva AZ.

2.8.2. Organizácie kolektívnej správy práv

Kolektívnu správu práv na území Slovenskej republiky môže zásadne vykonávať organizácia kolektívnej správy práv so sídlom v Slovenskej republike, ktorej **Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky** udelilo **oprávnenie na výkon kolektívnej správy**.

Takéto oprávnenie na výkon kolektívnej správy na území Slovenskej republiky udelené zo strany Ministerstva kultúry Slovenskej republiky má v súčasnosti päť organizácií kolektívnej správy:

- SOZA (Slovenský ochranný zväz autorský pre práva k hudobným dielam), ktorá kolektívne spravuje práva autorov a iných nositeľov majetkových autorských práv k hudobným dielam,
- LITA, autorská spoločnosť, ktorá kolektívne spravuje práva autorov a iných nositeľov majetkových autorských práv k literárnym, dramatickým, hudobnodramatickým, choreografickým audiovizuálnym, fotografickým a architektonickým dielam, ako aj k dielam výtvarného umenia a úžitkového umenia,
- SLOVGRAM (Nezávislá spoločnosť výkonných umelcov a výrobcov zvukových a zvukovo-obrazových záznamov), ktorá kolektívne spravuje práva nositeľov práv k umeleckému výkonu, zvukovému záznamu, audiovizuálnemu záznamu a vysielaniu,
- OZIS (Ochranné združenie interpretov Slovenska), ktorá kolektívne spravuje práva nositeľov práv k umeleckému výkonu⁴² a
- SAPA (Slovenská asociácia producentov v audiovízií), ktorá kolektívne spravuje práva autorov a iných nositeľov majetkových autorských práv k audiovizuálnemu dielu a práva nositeľov práv k audiovizuálnemu záznamu.

⁴²Ministerstvo kultúry SR vydalo rozhodnutie o odňatí oprávnenia organizácii OZIS na výkon kolektívnej správy práv, ktoré nadobudlo právoplatnosť dňa 7. 10. 2022. OZIS podala v zákonom ustanovenej lehote správnu žalobu, ktorej Krajský súd v Bratislave nepriznal odkladný účinok a o ktorej ku dňu vydania tejto publikácie nerozhodol (sp. zn. 6S/270/2022).

2.8.3. Dobrovoľná a povinná kolektívna správa práv

Organizácie kolektívnej správy spravujú majetkové autorské práva a práva súvisiace s autorským právom, buď

- a) na základe zmluvy s nositeľom práv (**dobrovoľná kolektívna správa práv**) alebo
- b) na základe zákona (**povinná kolektívna správa práv**).

Ad a): Vychádza sa z toho, že nositeľ práv je oprávnený slobodne sa rozhodnúť, či svoje majetkové práva bude spravovať sám (individuálne), alebo mu ich na základe zmluvy o zastupovaní s organizáciou kolektívnej správy bude spravovať táto organizácia kolektívnej správy. Individuálny výkon svojich majetkových práv ich nositeľom prakticky znamená, že nositeľ práv si musí sledovať každé použitie nehmotného statku, individuálne rokovať s každým jeho používateľom o podmienkach udelenia licencie a sám si vymáhať odmeny od používateľov za každé ich použitie. Ak sa však rozhodne uzatvoriť zmluvu o zastúpení s organizáciou kolektívnej správy, tak tieto činnosti za neho uskutočňuje organizácia kolektívnej správy a nositeľ práv iba prijíma odmeny za použitie nehmotného statku.

Každá organizácia kolektívnej správy je povinná zastupovať každého nositeľa práv, ktorý ju o to požiada. AZ teda ustanovuje zákonnú povinnosť organizáciám kolektívnej správy prevziať zmluvné zastupovanie každého nositeľa práv, ktorý o to prejaví záujem. Ide o tzv. **zákonnú kontraktnú povinnosť organizácie kolektívnej správy** voči nositeľom práv.

Dobrovoľnosť a sloboda nositeľa práv v tomto zmysle sa napokon prejavujú aj v tom, že zmluvu o zastupovaní môže kedykoľvek vypovedať v celom rozsahu alebo sčasti, a to aj bez uvedenia dôvodu.

Ad b): V niektorých prípadoch sa však **správa majetkových práv môže vykonávať výlučne prostredníctvom organizácií kolektívnej správy práv** a nositeľ práv nie je oprávnený individuálne vykonávať svoje majetkové práva. Nemá teda možnosť voľby medzi individuálnou správou a kolektívnou správou svojich majetkových práv, ako je to v prípadoch dobrovoľnej kolektívnej správy práv. Organizácia kolektívnej správy teda zastupuje aj tých nositeľov práv, ktorých nezastupuje zmluvne (teda úplne všetkých). Týka sa iba tých majetkových práv podľa AZ, pri ktorých nositeľ práv nie je reálne schopný ich spravovať sám, alebo ich môže spravovať iba s neprimerane vysokými ťažkosťami a výdavkami.

Podľa § 146 AZ **povinne kolektívne spravovanými majetkovými právami** sú:

- výber náhrady odmeny za vyhotovenie rozmnoženiny predmetu ochrany pre súkromnú potrebu,

- výber náhrady odmeny za vyhotovenie rozmnoženiny predmetu ochrany prostredníctvom reprografického zariadenia,
- výber odmeny pri ďalšom predaji originálu diela výtvarného umenia,
- výber primeranej odmeny za káblovú retransmisiu umeleckého výkonu, zvukového záznamu a audiovizuálneho záznamu, ktorý je originálom audiovizuálneho diela,
- výber dodatočnej odmeny za použitie zaznamenaného umeleckého výkonu,
- použitie diela jeho uvedením na verejnosti retransmisiou,
- použitie umeleckého výkonu, zvukového a audiovizuálneho záznamu ich uvedením na verejnosti retransmisiou okrem káblovej retransmisie,
- použitie diela verejným prenosom pomocou priameho vstupu,
- výber primeranej odmeny za verejný prenos umeleckého výkonu, zvukového záznamu a audiovizuálneho záznamu pomocou priameho vstupu.

2.9. LOGO

Logo je označenie v najširšom zmysle slova, ktoré musí obsahovať predovšetkým prvky obrazové a výtvarné. Môže ísť o plošné označenie alebo aj o priestorové znázornenie. Logo je také vyobrazenie, ktoré v takej podobe, ako sa používa, nie je osobitne chránené právom priemyselného vlastníctva. S logom sa nespája žiadna osobitná priemyselno-právna ochrana, neregistruje sa a ani nie je stanovená doba jeho ochrany.

Slovenský právny poriadok logo nedefinuje. Platí, že niektoré logá môžu obsahovať aj chránené predmety duševného vlastníctva, najčastejšie obchodné meno, ochrannú známku, alebo označenie pôvodu výrobku či zemepisné označenie výrobku, autorské dielo, resp. názov právnickej osoby či meno a priezvisko fyzickej osoby, ktoré sú chránené Občianskym zákonníkom (§ 11 a 19b).

Z hľadiska práva duševného vlastníctva môže byť logo chránené ako **ochranná známka**. Niekedy môže pri logu dôjsť k súbehu ochrany prostredníctvom ochrannej známky, ako aj prostredníctvom **autorského práva**. Autorské právo sa totiž vzťahuje na diela výtvarného umenia (vrátane napr. grafických diel, kam môžu patriť označenia, emblémy, symboly, grafické stvárnenie ochranných známok alebo grafické obrazce).

Z priemyselno-právneho hľadiska je najdôležitejšou črtou loga to, že môže byť klasifikované ako **nezapísané označenie**. Nezapísané označenie je také označenie, ktoré označuje tovary alebo služby a nie je zapísané ani prihlásené ako ochranná známka. Právo

k nezapísanému označeniu vzniká používaním v obchodnom styku. Ku konfliktu medzi majiteľom nezapísaného označenia a majiteľom (prihlasovateľom) ochrannej známky dochádza v prípadoch, keď podnikateľ (či už zámerne alebo neúmyselne) zaregistruje alebo podá prihlášku na registráciu podobného označenia. V zmysle zákona č. 506/2009 Z.z. o ochranných známkach majiteľ skoršieho nezapísaného označenia môže podať námietky proti zápisu zhodnej alebo podobnej ochrannej známky a taktiež po splnení podmienok môže podať aj návrh na vyhlásenie ochrannej známky za neplatnú. Majiteľ neskoršej ochrannej známky je povinný strpieť používanie skoršieho nezapísaného označenia. Ide o výnimku, ktorá obmedzuje práva majiteľa ochrannej známky.

Podmienkou poskytnutia ochrany nezapísanému označeniu je, aby toto označenie bolo v obchodnom styku **aktívne používané** a **aby nemalo len miestny dosah**. Nezapísané označenie musí spĺňať aj všeobecnú podmienku **spôsobilosti odlišiť tovary alebo služby** jednej osoby od tovarov alebo služieb inej osoby a vzhľadom na zhodnosť alebo podobnosť označenia s nezapísaným označením, resp. s dotknutými tovarmi alebo službami musí existovať aj pravdepodobnosť zámenny na strane verejnosti. Logu možno poskytnúť ochranu aj v rámci ustanovení Obchodného zákonníka o nekalej súťaži (§ 44 a nasl.).

Právo k nezapísanému označeniu možno nadobudnúť a udržať výlučne **používaním** tohto **označenia**. Prechod práva k nezapísanému označeniu je možný na iný právny subjekt na základe právneho nástupníctva. Právo k nezapísanému označeniu **nie je možné previesť na základe zmluvného vzťahu** dvoch nezávislých právnych subjektov, čo vyplýva z charakteru tohto práva ako takého⁴³.

Nezapísané označenie **zanikne**, keď zaniknú predpoklady jeho vzniku, teda keď sa prestane používať alebo prestane byť príznačným (známym pre dané tovary a služby). K zániku nezapísaného označenia dochádza aj v prípade, ak sa nezapísané označenie zmení na ochrannú známku. V takomto prípade dochádza logicky k zániku nezapísaného označenia ako slabšieho práva, ktoré konzumuje ochranná známka ako absolútne právo k určitému označeniu.

2.10. OCHRANNÁ ZNÁMKA

Zákon č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach (ďalej len „ZOZ“) stanovuje podmienky pre tzv. zápisnú spôsobilosť ochrannej známky. Ochrannú známku môže tvoriť akékoľvek

⁴³Rozhodnutie Úradu priemyselného vlastníctva SR č. POZ 2652-96 II/65-2004.

označenie (najmä slová vrátane osobných mien, kresby, písmená, číslice, farby, tvar tovaru alebo tvar obalu tovaru alebo zvuky), ak je toto označenie spôsobilé (§ 2 ZOZ):

- a) rozlíšiť tovary alebo služby jednej osoby od tovarov alebo služieb inej osoby (tzv. **rozlišovacia spôsobilosť**) a
- b) byť vyjadrené v registri ochranných známk Úradu priemyselného vlastníctva SR spôsobom, ktorý príslušným orgánom a verejnosti **umožňuje jasne a presne určiť predmet ochrany** poskytnutej majiteľovi ochrannej známky (nesplňajú to napr. vône alebo chute).

Hlavnou funkciou ochrannej známky je rozlíšiť tovary alebo služby pochádzajúce od rôznych podnikateľov (**rozlišovacia funkcia**), t. j. identifikovať tovary alebo služby jednej osoby vo vzťahu k tovarom alebo službám iných osôb v očiach spotrebiteľskej verejnosti (**identifikačná funkcia**). Ďalšie funkcie sú **súťažná a propagačná** (nadobudnúť a zachovať obchodno-súťažnú pozíciu prezentáciou značkových produktov), **garančná, odstraňujúca anonymitu výrobcu alebo poskytovateľa služieb**.

Ochranné známky delíme podľa územia, na ktorom sú platné, a podľa druhu.

Medzi ochranné známky **podľa druhu** patria napr. obrazové, slovné, priestorové či zvukové ochranné známky, v zahraničí tiež čuchové či hmatové.

Pri triedení ochranných známk je potrebné sa v prvom rade zaoberať dotknutým teritóriom, v ktorom máme záujem svoje tovary a služby ponúkať. Pokiaľ nie je prienik našich tovarov a služieb do zahraničia veľký a v budúcnosti túto expanziu ani nepredpokladáme, najvhodnejším riešením je registrácia národnej ochrannej známky, ktorá je platná na území štátu, ktorého úrad ju registroval. Pre subjekty, ktoré ponúkajú tovary a služby na území viacerých členských štátov EÚ a Európskeho hospodárskeho priestoru (EHP), je tu možnosť registrácie ochrannej známky EÚ, ktorá značku ochráni na celom území EÚ. Ďalšou možnosťou je registrácia medzinárodnej ochrannej známky, pri ktorej jedinou žiadosťou môže prihlasovateľ svoju ochrannú známku prihlásiť do všetkých členských krajín tzv. madridského systému (viac ako 90 štátov). V zmysle uvedeného **podľa územia** na ktorom sa ochrannej známke poskytuje ochrana, rozlišujeme:

- a) medzinárodnú ochrannú známku,
- b) ochrannú známku EÚ,
- c) národnú ochrannú známku.

Ad a): Právna úprava ochranných známk na medzinárodnej úrovni je obsiahnutá vo viacerých medzinárodných dohovoroch, konkrétne:

- **Parížskom dohovore na ochranu priemyselného vlastníctva** (Paríž, 1883)⁴⁴,
- **Madridskej dohode o medzinárodnom zápise továrenských alebo obchodných známk** (Madrid, 1891)⁴⁵ a
- **Dohovore o práve ochrannej známky** (Singapur, 2006)⁴⁶.

Parížsky únijský dohovor obsahuje právnu úpravu rôznych predmetov priemyselného vlastníctva, o. i. všeobecne aj ochranných známk (nazýva ich továrenské alebo obchodné známky a známky služieb).

Madridská dohoda umožňuje prihlasovateľovi ochrannej známky po jej prihláske v domovskom štáte získať medzinárodný zápis vo všetkých zmluvných štátoch Madridskej dohody tým spôsobom, že požiada domovský úrad priemyselného vlastníctva o prihlásenie tejto ochrannej známky na Medzinárodnom úrade Svetovej organizácie duševného vlastníctva (WIPO) v Ženeve. Táto jedna prihláška má rovnaké účinky, ako keby bola ochranná známka prihlásená v každom zmluvnom štáte Madridskej dohody jednotlivo. Medzinárodnú ochranu prihlásenej ochrannej známke poskytuje WIPO na obdobie 20 rokov. Toto obdobie možno predĺžiť, a to aj opakovane.

Účelom Singapurského dohovoru je dať do súladu procesné postupy pri národných zápisoch ochranných známk.

Ad b): Podľa ustanovenia § 3 písm. b) ZOZ pod **ochrannou známkou EÚ** rozumieme ochrannú známku zapísanú v registri ochranných známk Európskej únie. **Nariadením o ochrannej známke Európskej únie**⁴⁷ sa vytvárajú celoeurópske pravidlá a podmienky udeľovania ochrannej známky EÚ. Prihláška ochrannej známky EÚ môže byť podaná len Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo (EUIPO), a to v listinnej alebo v elektronickej forme. Doba platnosti zápisu ochrannej známky EÚ do registra je desať rokov odo dňa podania prihlášky a registrácia môže byť obnovená, a to vždy na obdobie 10 rokov na základe žiadosti majiteľa, ak boli zaplatené náležité poplatky. Zápisom prihlášky ochrannej známky EÚ získava majiteľ právo na jej používanie v celej Európskej únii a zároveň právo zakázať používanie tejto ochrannej známky tretími osobami a požadovať primeranú a spravodlivú náhradu v prípade porušovania práv.

Majiteľ ochrannej známky EÚ má výlučné právo označovať svoje tovary alebo služby ochrannou známkou, pre ktoré je zapísaná v registri, alebo ju používať v spojení s týmito

⁴⁴Vyhláška ministra zahraničných vecí ČSSR č. 64/1975 Zb.

⁴⁵Vyhláška ministra zahraničných vecí ČSSR č. 65/1975 Zb.

⁴⁶Oznámenie Ministerstva zahraničných vecí SR č. 90/2010 Z. z.

⁴⁷Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/1001 zo 14. júna 2017 o ochrannej známke Európskej únie (Ú. v. EÚ L 154/1, 16. 6. 2017).

tovarmi alebo službami. Majiteľ ochrannej známky EÚ však nesmie zakázať tretím osobám používať na komerčné účely:

- svoje vlastné meno alebo adresu;
- označenia týkajúce sa charakteristík tovarov alebo služieb, napríklad druhu, kvality alebo množstva;
- ochrannú známku tam, kde je nevyhnutné uviesť zamýšľaný účel výrobku alebo služby, napríklad príslušenstva alebo náhradných súčiastok.

Ad c): Ak chceme získať národnú ochrannú známku, je potrebné podať na Úrad priemyselného vlastníctva SR (ÚPV) riadne vyplnenú **prihlášku ochrannej známky** (na predpísanom tlačive alebo prostredníctvom elektronického formulára), ktorú môžu podať fyzická alebo právnická osoba a v prípade kolektívnej ochrannej známky⁴⁸ tiež združenie fyzických alebo právnických osôb.

Konanie o zápise ochrannej známky do registra sa začína podaním prihlášky Úradu priemyselného vlastníctva SR. Prihláška sa môže týkať len jedného označenia. Proces je nasledovný:

1. **Podaním prihlášky** vzniká prihlasovateľovi tzv. **právo prednosti** pred každým, kto podá neskôr prihlášku obsahujúcu zhodné alebo podobné označenie pre zhodné alebo podobné tovary alebo služby; právo prednosti, ktoré prihlasovateľovi vyplýva z medzinárodného dohovoru (napr. už skôr podal prihlášku vo svojej domovskej krajine), musí prihlasovateľ uplatniť už v prihláške a v lehote troch mesiacov od jej podania toto právo preukázať dokladom o práve prednosti, inak sa naň neprihliada; právo prednosti možno uplatniť z prvej prihlášky, pričom musí byť zachovaná 6-mesačná lehota od dátumu prvého podania, z ktorého sa právo prednosti uplatňuje;
2. v rámci **prieskumu prihlášky** úradníkmi ÚPV sa skúma splnenie zákonných požiadaviek na ochrannú známku a jej prihlášku; v prípade, že prihláška neobsahuje stanovené náležitosti, ÚPV **konanie zastaví**; ak nie sú splnené zákonné požiadavky na ochrannú známku, ÚPV **prihlášku zamietne**, pričom predtým umožní prihlasovateľovi, aby sa k dôvodom zamietnutia písomne vyjadril;

⁴⁸Kolektívna ochranná známka je označenie, odlišujúce tovary alebo služby pochádzajúce od členov či spoločníkov právnickej osoby, založené s cieľom spoločného označovania tovarov či služieb, uvádzanými nimi na trh, od tovarov alebo služieb iných podnikateľov. Prihlasovateľom a následne majiteľom kolektívnej ochrannej známky je výhradne združenie podnikateľov vytvorené na tento účel, ktoré má právnu subjektivitu. Toto združenie musí mať písomnou zmluvou, uzatvorenou medzi jednotlivými členmi, formulované konkrétne podmienky používania ochrannej známky. Príkladom kolektívnej ochrannej známky sú obrazové ochranné známky ČSAD a SAD, ktoré môžu používať viaceré právnické osoby zo Slovenskej a Českej republiky patriace do bývalého koncernu ČSAD n. p.

3. v prípade, že prieskum prihlášky uvedený ad 2. prebehol v poriadku, nasleduje **zverejnenie prihlášky** vo Vestníku ÚPV;
4. od zverejnenia vo Vestníku ÚPV plynie 3-mesačná lehota na **podanie námietok** proti zápisu do registra; takéto námietky môžu podať napr. majiteľ staršej ochrannej známky z dôvodu zhody alebo podobnosti s jeho ochrannou známkou alebo fyzická osoba, ak by sa použitím takéhoto označenia mohlo zasiahnuť do jej práv na ochranu osobnosti a pod.; námietky sa zašlú na vyjadrenie prihlasovateľovi;
5. **vyjadrenie prihlasovateľa** k námietkam (pokiaľ sa prihlasovateľ nevyjadrí, ÚPV rozhodne podľa obsahu spisu);
6. ak boli námietky podané, ale ÚPV ich vyhodnotil ako neopodstatnené, ÚPV rozhodne o **zamietnutí námietok a zápise ochrannej známky do registra**; druhou možnosťou je **zamietnutie prihlášky**, prihlášku môže ÚPV zamietnuť aj len sčasti, ak sa dôvody zamietnutia týkajú len určitej časti tovarov alebo služieb, pre ktoré je ochranná známka prihlasovaná.

V prihláške národnej ochrannej známky na území SR si môžeme vybrať len tieto **druhy ochranných známk**:

1. obrazovú ochrannú známku,
2. priestorovú ochrannú známku,
3. pozičnú ochrannú známku,
4. ochrannú známku vzoru,
5. ochrannú známku tvorenú výlučne jednou farbou alebo kombináciou farieb,
6. zvukovú ochrannú známku,
7. pohybovú ochrannú známku,
8. holografickú ochrannú známku a
9. multimedialnú ochrannú známku.

Obrázok:⁴⁹

Príklady registrovaných ochranných známkok



Zákon o ochranných známkach podrobne špecifikuje výluky označení zo zápisu a označenia, ktoré **nemôžu byť ochrannou známkou**. Do registra sa nezapíše označenie, ak:

- nemôže tvoriť ochrannú známku podľa § 2 ZOZ (t. j. najmä nie je vyjadriteľné jednoznačným spôsobom),
- nemá rozlišovaciu spôsobilosť,
- je tvorené výlučne označeniami alebo údajmi, ktoré v obchodnom styku môžu slúžiť na určenie druhu, kvality, množstva, účelu, hodnoty, zemepisného pôvodu, prípadne času výroby tovarov či poskytnutia služieb, alebo iných vlastností tovarov alebo služieb,
- je tvorené výlučne označeniami alebo údajmi, ktoré sa stali obvyklými v bežnom jazyku alebo v zaužívaných poctivých obchodných zvyklostiach,
- je tvorené výlučne tvarom alebo inou vlastnosťou výrobku, ktoré vyplývajú z povahy samotného výrobku, sú potrebné na dosiahnutie technického výsledku alebo dávajú výrobku podstatnú hodnotu,
- je v rozpore s verejným poriadkom alebo dobrými mravmi,

⁴⁹<https://right-trademark.com/trademark/>

- môže klamať verejnosť najmä o povahe, kvalite, zemepisnom pôvode tovarov alebo služieb,
- obsahuje, bez súhlasu príslušných orgánov, označenia chránené podľa Parížskeho dohovoru na ochranu priemyselného vlastníctva,
- by boli jeho používanie alebo zápis v rozpore s osobitným predpisom alebo v rozpore so záväzkami, ktoré vyplývajú Slovenskej republike alebo Európskej únii z medzinárodných zmlúv, týkajúcimi sa najmä ochrany označení pôvodu a zemepisných označení, tradičných pojmov pre víno a zaručených tradičných špecialít,
- obsahuje znak vysokej symbolickej hodnoty, najmä náboženský symbol,
- obsahuje, bez súhlasu príslušných orgánov, znaky, emblémy alebo erby iné než tie, ktoré sú chránené podľa medzinárodného dohovoru a ktoré sú predmetom verejného záujmu,
- je predmetom prihlášky, ktorá zjavne nebola podaná v dobrej viere,
- obsahuje alebo vo svojich podstatných prvkoch reprodukuje starší názov odrody rastliny zapísaný v súlade s osobitným predpisom alebo s medzinárodnou zmluvou, ktorej zmluvnou stranou sú Slovenská republika alebo Európska únia, upravujúcou ochranu práv k odrodám rastlín a ak sa týka odrôd rastlín rovnakého druhu alebo blízko príbuzného druhu.

Podaním prihlášky vzniká prihlasovateľovi **právo prednosti** pred každým, kto podá neskôr prihlášku obsahujúcu zhodné alebo podobné označenie pre zhodné alebo podobné tovary alebo služby.

Do registra sa rovnako nezapíše označenie, proti ktorému boli podané dôvodné námietky oprávnenou osobou.

Žiadosť o zápis ochrannej známky môže podať akákoľvek právnická alebo fyzická osoba. Platnosť zápisu ochrannej známky je **10 rokov** odo dňa podania prihlášky. Na základe žiadosti majiteľa ochrannej známky alebo záložného veriteľa (podanej najskôr v poslednom roku platnosti jej zápisu, nie však neskôr ako 6 mesiacov po uplynutí platnosti) úrad platnosť zápisu ochrannej známky obnoví na ďalších desať rokov.

Majiteľ ochrannej známky **má výlučné právo:**

- založiť ochrannú známku a budúcu ochrannú známku,
- obnoviť ochrannú známku,
- vzdať sa ochrannej známky,
- používať ochrannú známku v spojení s tovarmi alebo službami, pre ktoré je zapísaná,
- používať ® spolu s ochrannou známkou,
- udeľovať súhlas iným osobám na použitie ochrannej známky,

- previesť práva k ochrannej známke na inú fyzickú alebo právnickú osobu,
- domáhať sa právnej ochrany, ak sú jeho práva ohrozené alebo porušené,
- zakázať tretím stranám používať predmetnú ochrannú známku v obchodnom styku a zakázať neoprávnené používanie ochrannej známky,
- zabrániť dovozu tovaru a služieb na územie SR na voľnú distribúciu, ak sú neoprávnené označené jeho ochrannou známkou.

Za **majiteľa ochrannej známky** sa považuje právnická osoba alebo fyzická osoba zapísaná ako majiteľ v registri. Ochranná známka môže byť v spoluvlastníctve viacerých osôb (**spolumajiteľstvo ochrannej známky**). Každý zo spolumajiteľov ochrannej známky má právo používať ochrannú známku, ak sa spolumajitelia ochrannej známky nedohodnú inak. Na poskytnutie práva používať ochrannú známku tretej osobe sa vyžaduje súhlas všetkých spolumajiteľov ochrannej známky, ak sa spolumajitelia ochrannej známky nedohodnú inak. Dohoda o zrušení spolumajiteľstva ochrannej známky a o vzájomnom vyrovnaní musí byť písomná, inak je neplatná a nadobúda právne účinky voči tretím osobám dňom zápisu do registra. Na právne vzťahy medzi spolumajiteľmi ochrannej známky sa primerane použijú ustanovenia Občianskeho zákonníka o podielovom spoluvlastníctve.

Majiteľ ochrannej známky môže **licenčnou zmluvou** udeliť inej osobe oprávnenie na používanie ochrannej známky pre niektoré tovary alebo služby alebo pre všetky tovary alebo služby, pre ktoré je ochranná známka zapísaná. Licenčná zmluva týkajúca sa ochrannej známky oprávňuje nadobúdateľa **v dohodnutom rozsahu a na dohodnutom území** na výkon práv z ochrannej známky. Licencia nadobúda právne účinky voči tretím osobám dňom zápisu do registra. Zápis licencie vykoná úrad na základe žiadosti o zápis licencie, ktorú je oprávnená podať ktorákoľvek zo strán licenčnej zmluvy. Úrad žiadosť o zápis licencie zamietne, ak žiadateľ k žiadosti nepriloží doklady, ktoré licenciu preukazujú; pred rozhodnutím o zamietnutí žiadosti o zápis licencie úrad umožní žiadateľovi vyjadriť sa k zisteným dôvodom, na základe ktorých má byť žiadosť o zápis licencie zamietnutá. Licenčná zmluva, ktorou majiteľ ochrannej známky udelil tretej osobe licenciu, je neplatná, ak nadobúdateľ predtým udelenej výlučnej licencie na uzavretie takej licenčnej zmluvy neudelil predchádzajúci písomný súhlas.

Majiteľ ochrannej známky môže udeliť licenčnou zmluvou **výlučnú licenciu** alebo **nevýlučnú licenciu**. Ak nie je v licenčnej zmluve dohodnuté, že majiteľ ochrannej známky udelil výlučnú licenciu, platí, že udelil nevýlučnú licenciu. Ak majiteľ ochrannej známky udelil výlučnú licenciu, nesmie udeliť ďalšej osobe licenciu a je povinný, ak nie je v licenčnej zmluve dohodnuté inak, sám sa zdržať používania ochrannej známky. Nadobúdateľ výlučnej licencie je povinný ochrannú známku používať, ak nie je v licenčnej zmluve dohodnuté inak.

Pri neoprávnenom zásahu do výlučných práv sa môže majiteľ ochrannej známky domáhať najmä, aby **porušovanie práva alebo ohrozovanie práva bolo zakázané a následky tohto zásahu boli odstránené**. Ak bola zásahom do výlučných práv majiteľa ochrannej známky spôsobená škoda, majiteľ ochrannej známky má právo na **náhradu škody** vrátane ušlého zisku. Ak bola zásahom spôsobená nemajetková ujma, majiteľ ochrannej známky má **právo na primerané zadost'učinenie**, ktorým môže byť aj peňažné plnenie. Právo na **vydanie bezdôvodného obohatenia** v dôsledku zásahu tým nie je dotknuté. Pri neoprávnenom zásahu do práv chránených týmto zákonom môže majiteľ ochrannej známky žiadať, aby ten, kto jeho práva porušuje alebo jeho práva ohrozuje, mu **poskytol informácie** týkajúce sa pôvodu a distribučných sietí tovarov alebo služieb alebo okolností uvedenia tovarov alebo služieb na trh.

Ochranná známka zaniká dňom:

1. skončenia platnosti jej zápisu, ak nebola podaná žiadosť o obnovu zápisu,
2. účinnosti vzdania sa ochrannej známky majiteľom;
3. účinnosti zrušenia ochrannej známky; ochrannú známku môže ÚPV zrušiť z dôvodu nepoužívania počas nepretržitého obdobia aspoň 5 rokov, ďalej z dôvodu, že sa stala obvyklým pomenovaním pre tovary alebo služby, pre ktoré je zapísaná, tiež z dôvodu, že môže klamať verejnosť najmä o povahe, kvalite alebo o zemepisnom pôvode tovarov alebo služieb, pre ktoré je zapísaná, alebo napokon na základe súdneho rozhodnutia;
4. vyhlásenia ochrannej známky za neplatnú; ÚPV vyhlási ochrannú známku za neplatnú, ak zistí, že neboli splnené podmienky na zápis ochrannej známky do registra podľa predpisov platných v čase jej zápisu.

2.11. KNOW-HOW

Know-how nie je v slovenskom právnom poriadku definované a ani osobitne upravené. Akákoľvek definícia tohto pojmu, ktorá by ho presne vymedzila, by vždy viedla k nežiaducemu obmedzeniu právnej ochrany know-how. V rámci systému práva priemyselného vlastníctva môžeme know-how ako nehmotný statok zaradiť medzi predmety práv obdobných priemyselným právam.

V praxi sa najčastejšie používa definícia know-how z nariadenia Komisie (EÚ) č. 330/2010 z 20. apríla 2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní EÚ na kategórie vertikálnych dohôd a zosúladených postupov, v ktorom sa know-how zaraďuje spolu s právami priemyselného vlastníctva, autorským právom a súvisiacimi právami medzi práva duševného vlastníctva. Podľa nariadenia sa pod pojmom know-how rozumie **súbor patentovo**

nechránených výrobo-technických, obchodných a iných významných a identifikovaných skúseností a znalostí, ktoré nie sú známe ani všeobecne dostupné, teda sú tajné, pričom tieto skúsenosti a znalosti poskytujú ich vlastníkovi alebo inej oprávnenej osobe aspoň potenciálnu konkurenčnú výhodu na trhu.

Všeobecne pod pojmom know-how možno rozumieť znalosti, informácie, skúsenosti, vedomosti či poznatky z rôznych oblastí, najmä z oblasti výroby, obchodu, výskumu, vedy, technológií, ekonomiky, hospodárstva a pod. Pod know-how možno zahrnúť napr. aj marketing, podnikateľské alebo obchodné plány, výrobné alebo pracovné postupy, obchodné kontakty alebo stratégie.

Know-how by malo spĺňať **niekoľko znakov**, a to, že:

- je vyjadrené v objektívne vnímateľnej podobe (tzn. musí sa vyjadriť spôsobom umožňujúcim jeho vnímanie a poznanie, napr. bude opísané v zmluve alebo v prílohe zmluvy),
- tvoria ho poznatky, informácie, skúsenosti a vedomosti z rôznych oblastí,
- je užitočné pre jeho používateľa,
- nie je všeobecne známe a ani dostupné (tzn. že je tajné a natoľko špecifické, že nie je verejne dostupné),
- má určitú majetkovú hodnotu,
- je využiteľné tretími osobami (bez ohľadu na to, či sa bude využívať opakovane alebo jednorazovo),
- dá sa previesť na inú osobu (tzn. že osoba, ktorej know-how patrí, ním môže disponovať),
- nie je chránené podľa osobitných predpisov (napr. nesmie byť patentom chráneným podľa patentového zákona alebo dielom podľa autorského zákona).

Právna ochrana know-how sa prejavuje tým, že toto právo duševného vlastníctva môže **používať výlučne jeho majiteľ**, ktorý je oprávnený know-how **prenechať na používanie** za vopred stanovených podmienok **inej osobe**, napríklad jeho poskytnutím na základe licenčnej zmluvy.

Právo na ochranu know-how prislúcha tej osobe (fyzickej alebo právnickej), ktorá ho získala vlastnou činnosťou, prípadne činnosťou svojich zamestnancov alebo iných osôb, vlastnými prostriedkami (finančnými alebo inými) alebo svojimi metódami (tzv. **pôvodný majiteľ know-how**). Právo na ochranu patrí aj tej osobe, ktorá know-how legálne nadobudla (tzv. **odvodný majiteľ know-how**). Majiteľovi know-how prislúcha právo na ochranu voči

každému, kto sa neoprávnene zmocní určitého know-how, neoprávnene si ho prisvojí, obchoduje s ním alebo ho neoprávnene využíva vo svoj prospech.

Registrácia samotného know-how ako takého nie je možná. Know-how sa môže stať **predmetom obchodného tajomstva**. Porušovaním obchodného tajomstva (§ 51 Obchodného zákonníka) je konanie, ktorým konajúci inej osobe neoprávnene oznámi, sprístupní, pre seba alebo pre iného využije obchodné tajomstvo, ktoré sa môže využiť v súťaži a o ktorom sa dozvedel:

- a) tým, že sa mu tajomstvo zverilo alebo inak stalo prístupným (napr. z technických predlôh, návodov, výkresov, modelov, vzorov) na základe jeho pracovného vzťahu k súťažiteľovi alebo na základe iného vzťahu k nemu, prípadne v rámci výkonu funkcie, na ktorú ho súd alebo iný orgán povolali,
- b) vlastným alebo cudzím konaním priečiacim sa zákonu.

V takejto situácii môže majiteľ obchodného tajomstva následne uplatniť svoje **nároky z titulu nekalej súťaže** na súde, kde môže požadovať zdržanie sa protiprávneho konania, odstránenia protiprávneho stavu, primerané zadosťučinenie, náhradu škody alebo vydanie bezdôvodného obohatenia.

Nie každé know-how musí byť preto súčasťou obchodného tajomstva, ale môže existovať samostatne a nezávisle od akéhokoľvek majetku určitého podniku. Ak know-how nie je chránené ako obchodné tajomstvo, je možné domáhať sa ochrany v zmysle Občianskeho zákonníka, pričom sa **možno domáhať**:

- a) náhrady nemajetkovej ujmy, a to i v peniazoch,
- b) náhrady škody,
- c) vydania bezdôvodného obohatenia.

2.12. PRÁVO DIZAJNOV

Dizajn je vonkajšia úprava výrobku alebo jeho časti spočívajúci najmä v znakoch, ktorými sú najmä línie, obrysy, farby, tvar, štruktúra alebo materiál samého výrobku alebo jeho zdobenia. Dizajnom sa chráni vonkajšia úprava výrobku.

Dizajn je spôsobilý na ochranu, ak sú splnené dve podmienky:

- dizajn je **nový** a
- dizajn má **osobitý charakter**.

Dizajn sa považuje za nový, ak nebol zhodný dizajn sprístupnený verejnosti pred dňom vzniku práva prednosti. Dizajny sa považujú za zhodné, ak sa ich znaky odlišujú iba v nepodstatných detailoch.

Dizajn má **osobitý charakter**, ak sa celkový dojem, ktorý vyvoláva u informovaného užívateľa, odlišuje od celkového dojmu, ktorý u takého užívateľa vyvoláva dizajn sprístupnený verejnosti pred dňom vzniku práva prednosti. Pri posudzovaní osobitého charakteru sa prihliada na mieru tvorivej voľnosti, ktorú mal pôvodca dizajnu pri tvorbe dizajnu.

Obrázok z registra dizajnov ÚPV SR:⁵⁰

Tvarové riešenie automobilu typu Škoda Octavia Coupé, číslo zapísaného dizajnu 28798



Prihlasovanie a konanie o prihláškach dizajnov a práva a povinnosti vyplývajúce z dizajnov zapísaných do registra, sú upravené **zákonom č. 444/2002 Z. z. o dizajnoch** (ďalej len „ZoD“). Tento zákon upravuje aj právne vzťahy vznikajúce v súvislosti s vytvorením, právnou ochranou a uplatnením dizajnu.

Výrobkom je priemyselne alebo remeselne vyrobený predmet vrátane súčiastok určených na zostavenie do jedného zloženého výrobku, obal, úprava, grafický symbol a typografický znak s výnimkou počítačových programov. Zloženým výrobkom je výrobok, ktorý sa skladá z niekoľkých súčiastok, ktoré môžu byť vymenené a ktoré umožňujú rozloženie a nové zostavenie výrobku.

Predmetom ochrany je **vyobrazený vzhľad výrobku alebo jeho časti**. Rozsah ochrany je daný vyobrazením dizajnu tak, ako je zapísaný v registri. Inštitút zapísaného dizajnu nechráni technickú, konštrukčnú, funkčnú, materiállovú alebo inú podstatu výrobku, hoci by táto bola z vyobrazení zrejma v konkrétnom vyhotovení alebo i zovšeobecnená.

Prihlášku dizajnu sú oprávnení podať **pôvodca** alebo **jeho právny nástupca**. Pôvodca je fyzická osoba, ktorá vytvorila dizajn vlastnou tvorivou činnosťou. **Spolupôvodcom dizajnu** je

⁵⁰<https://wbr.indprop.gov.sk/WebRegistre/Dizajn/Detail/78-2020?csrt=11857085921437307160>

ten, kto sa podieľal na jeho vytvorení tvorivou činnosťou. Spolupôvodca dizajnu má právo na dizajn v rozsahu, v akom sa podieľal na jeho vytvorení. Ak sa spolupôvodcovia dizajnu nedohodnú inak alebo ak inak nerozhodne príslušný orgán, platí, že podiel spolupôvodcov dizajnu na jeho vytvorení je rovnaký.

Ak pôvodca vytvoril dizajn ako výsledok plnenia úlohy v pracovnom pomere (tzv. **zamestnanecký dizajn**), prechádza právo na dizajn na zamestnávateľa, ak nie je zmluvou ustanovené inak. Právo na registráciu dizajnu má tak zamestnávateľ. Zamestnávateľ môže uplatniť voči pôvodcovi dizajnu právo na dizajn, a to v písomnej forme v lehote troch mesiacov od upovedomenia zamestnanca. Ak zamestnávateľ neuplatní v písomnej forme právo na dizajn v tejto lehote, prechádza toto právo späť na pôvodcu dizajnu. Zamestnávateľ, ako aj pôvodca dizajnu sú v tejto lehote povinní zachovávať o dizajne mlčanlivosť voči tretím osobám. Zamestnávateľ je povinný zachovávať mlčanlivosť o dizajne ešte počas jedného mesiaca odo dňa, keď na pôvodcu dizajnu prešlo späť právo na dizajn. Pôvodca dizajnu, voči ktorému sa uplatnilo právo na dizajn, má vo vzťahu k zamestnávateľovi právo na primeranú odmenu. Na určenie výšky odmeny je rozhodujúci prínos dosiahnuteľný využitím alebo iným uplatnením dizajnu, pričom sa prihliada na materiálny podiel zamestnávateľa na vytvorení dizajnu, ako aj na rozsah a obsah pracovných úloh pôvodcu dizajnu. Ak dohodnutá alebo rozhodnutím príslušného orgánu určená odmena zjavne nezodpovedá prínosu dosiahnutému neskorším využitím alebo iným uplatnením dizajnu, pôvodca dizajnu má právo na dodatočné vyrovnanie.

Úrad priemyselného vlastníctva SR podrobí prihlášku dizajnu **prieskumu**, t. j. preverí, či predmet prihlášky spĺňa podmienky požadované zákonom. Úrad nezapíše do registra dizajn, ktorý je v rozpore s verejným poriadkom alebo s dobrými mravmi. Úrad nezapíše do registra dizajn, ktorý je zhodný s dizajnom so skorším právom prednosti, ktorý je predmetom prihlášky dizajnu podanej v Slovenskej republike alebo bol už v Slovenskej republike zapísaný.

V prípade zápisnej spôsobilosti zapíše úrad dizajn do registra dizajnov a dizajn zverejní. Prihlasovateľ sa stane jeho **vlastníkom**. Vlastníkovi zapísaného dizajnu vydá **osvedčenie o zápise**. Zápis oznámi vo vestníku úradu.

Zápis dizajnu **platí 5 rokov** odo dňa podania prihlášky dizajnu. Dobu platnosti zápisu dizajnu je možné predĺžiť na základe žiadosti majiteľa dizajnu najviac štyrikrát, a to vždy o ďalších 5 rokov na **celkovú dobu 25 rokov**.

Majiteľ zapísaného dizajnu nemá právo zakázať tretím osobám nakladať s výrobkom, v ktorom je dizajn patriaci do rozsahu ochrany stelesnený alebo na ktorom je dizajn patriaci do rozsahu ochrany použitý, ak bol tento výrobok majiteľom zapísaného dizajnu alebo s jeho súhlasom uvedený na trh (**vyčerpanie práv k zapísanému dizajnu**).

O **obmedzení účinkov zapísaného dizajnu** hovoríme, keď niekto pred dňom vzniku práva prednosti na území Slovenskej republiky v dobrej viere využíval dizajn patriaci do rozsahu ochrany alebo vykonal preukázateľné prípravy bezprostredne smerujúce k využívaniu dizajnu patriaceho do rozsahu ochrany nezávisle od pôvodcu dizajnu alebo majiteľa zapísaného dizajnu. Vo vzťahu k takejto osobe nie je možné uplatniť právo majiteľa zapísaného dizajnu.

Práva vyplývajúce zo zapísaného dizajnu sa tiež nevzťahujú na:

- a) činnosť vykonávanú súkromne na neobchodné účely,
- b) činnosť vykonávanú na experimentálne účely,
- c) reprodukciu na účely citácií alebo výučby za predpokladu, že táto činnosť je v súlade s poctivým obchodným stykom a nie je neprimerane na ujmu riadneho využívania zapísaného dizajnu a ak je uvedený zdroj,
- d) vybavenie lodí a lietadiel iných krajín, ak sa prechodne dostanú na územie Slovenskej republiky, ich opravy na tomto území vrátane dovozu náhradných dielov a príslušenstva na tento účel.

Právo na dizajn môže byť predmetom **prevodu** alebo **prechodu**. Zmluva o prevode práva na dizajn musí mať písomnú formu. Pokiaľ ešte nebol dizajn zapísaný, sú možné prevod alebo prechod práv z prihlášky. Nadobudne však účinnosť vo vzťahu k tretím osobám až odo dňa zápisu dizajnu do registra.

Majiteľ zapísaného dizajnu má **výlučné právo** využívať zapísaný dizajn, brániť tretím osobám využívať zapísaný dizajn bez jeho súhlasu, poskytnúť súhlas na využívanie zapísaného dizajnu, previesť zapísaný dizajn na inú osobu alebo zriadiť k zapísanému dizajnu záložné právo.

Ochrana dizajnov má **teritoriálny charakter**, to znamená, že platí len na území toho štátu, kde bola ochrana priznaná. Preto je potrebné sa snažiť získať ochranu vo všetkých tých krajinách, kde je predpoklad, že dizajn sa bude predávať, vyrábať alebo expedovať, teda za predpokladu, že prinesie komerčný efekt. Podľa medzinárodného dohovoru (Parížsky únijný dohovor) je možné podať prihlášku dizajnu takmer v každej krajine a za predpokladu, že tak prihlasovateľ urobí do 6 mesiacov od prvého podania prihlášky, bude tejto prihláške priznané právo prednosti pôvodného podania.

Zapísaný dizajn zanikne:

- a) skončením jeho platnosti,
- b) odo dňa účinnosti vzdania sa zapísaného dizajnu.

Európska právna úprava dizajnov je obsiahnutá v Nariadení o dizajnoch Spoločenstva.⁵¹ Právna úprava je obdobná nášmu ZoD, ktorý z Nariadenia vychádza.

Medzinárodná úprava dizajnov je obsiahnutá v už spomínanom Parížskom úijnom dohovore a Haagskej dohode o medzinárodnom zápise priemyselných vzorov (Haag, 1925), ku ktorej však Slovenská republika nepristúpila. Obidva medzinárodné dohovory používajú ešte starší názov pre dizajny – priemyselný vzor.

2.13. OZNAČENIA PÔVODU VÝROBKOV A ZEMEPISNÉ OZNAČENIA VÝROBKOV

Označením pôvodu alebo zemepisným označením je možné chrániť **poľnohospodárske výrobky a potraviny, víno, liehoviny, minerálne vody, remeselné výrobky a iné výrobky**, na výslednú kvalitu alebo vlastnosti ktorých vplývajú prírodné podmienky alebo ktoré sú spojené s vymedzeným zemepisným územím tradíciou, povest'ou, majú dobré meno, ktoré je možné prisúdiť práve zemepisnému pôvodu. Prihlasovanie a konanie o prihláškach označení pôvodu alebo zemepisných označení sú upravené v **zákone č. 469/2003 Z. z. o označeniach pôvodu výrobkov a zemepisných označeniach výrobkov** (ďalej len „ZoPV“).

Označenie pôvodu výrobku je názov určitého miesta, oblasti alebo – vo výnimočných prípadoch – krajiny používaný na označenie výrobku pochádzajúceho z tohto miesta, oblasti alebo krajiny, ak kvalita alebo vlastnosti tohto výrobku sú výlučne alebo podstatne dané zemepisným prostredím s jeho charakteristickými prírodnými a ľudskými faktormi a výroba, spracovanie a príprava tohto výrobku sa uskutočňuje výlučne vo vymedzenom mieste, oblasti alebo krajine. Označením pôvodu výrobkov je možné chrániť minerálne vody (napr. Budiš, Fatra, Sulinka), remeselné výrobky (napr. Karpatská perla, Modranská majolika) a iné výrobky nepoľnohospodárskeho pôvodu (napr. Piešťanské bahno).

Zemepisným označením výrobku je názov určitého miesta, oblasti alebo – vo výnimočných prípadoch – krajiny používaný na označenie výrobku pochádzajúceho z tohto miesta, oblasti alebo krajiny, ak má tento výrobok špecifickú kvalitu, povest' alebo charakteristické vlastnosti, ktoré môžu byť pripísané tomuto miestu, oblasti alebo krajine, a výroba, spracovanie alebo príprava tohto výrobku sa uskutočňuje vo vymedzenom zemepisnom mieste, oblasti alebo krajine. Zemepisným označením výrobku je možné chrániť remeselné

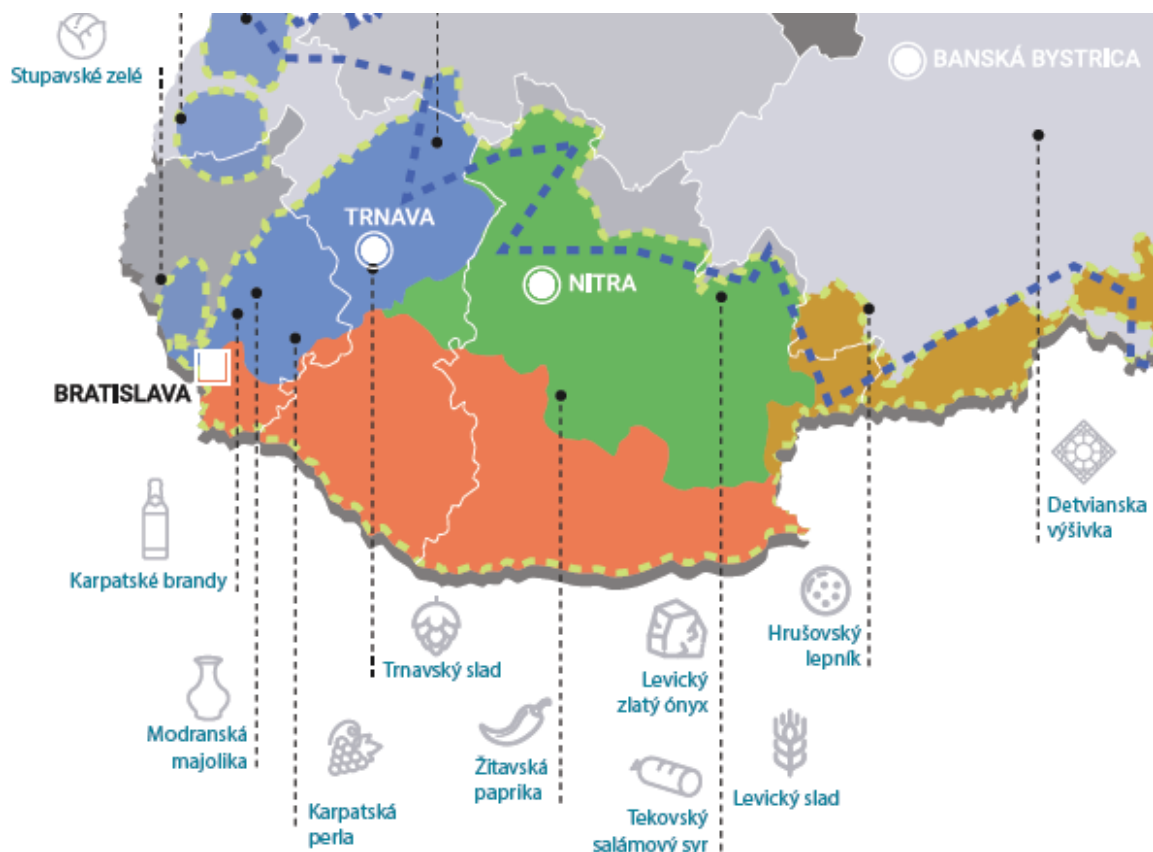
⁵¹Nariadenie Rady (ES) č. 6/2002 z 12. decembra 2001 o dizajnoch Spoločenstva (Ú. v. ES L 3, 5. 1. 2002).

výrobky (napr. Liptovská paličkovaná čipka, Detvianska výšivka) a iné výrobky nepoľnohospodárskeho pôvodu (napr. Levický zlatý ónyx, Slovenský opál).

Prihlasovateľom označenia pôvodu výrobkov alebo zemepisného označenia výrobkov môže byť združenie výrobcov alebo spracovateľov s právnou subjektivitou alebo aj fyzická alebo právnická osoba, ktorá v čase podania prihlášky ako jediná výrobok vyrába, spracováva a pripravuje na vymedzenom území. Zapísané označenie pôvodu alebo zemepisné označenie výrobku je oprávnený používať každý, kto na trh uvádza výrobok, ktorý spĺňa špecifikáciu výrobku zapísanú v registri ÚPV (tzv. **užívateľ**).

Obrázok z ÚPV SR:⁵²

Časť mapy označení pôvodu a zemepisných označení s pôvodom na Slovensku



Držiteľ osvedčenia o zápise označenia pôvodu výrobku alebo zemepisného označenia výrobkov má v prípade neoprávneného zásahu alebo ohrozenia týchto práv **právo zakázať** užívateľovi používanie označenia pôvodu alebo zemepisného označenia. Ak užívateľ označuje

⁵²Prevzaté z https://www.indprop.gov.sk/swift_data/source/2023/CHOP_CHZO/mapa_A4_sk_final_2023.jpg

výrobok zapísaným označením pôvodu alebo zemepisným označením a tento výrobok nespĺňa podmienky na jeho používanie, každý sa môže domáhať, aby bolo toto používanie zakázané.

Zapísané označenie pôvodu výrobku je chránené proti akémukoľvek:

- a) priamemu alebo nepriamemu obchodnému používaniu na výrobkoch, na ktoré sa toto označenie nevzťahuje, ak sú tieto výrobky rovnaké alebo podobné s výrobkom, ktorý je zapísaný pod týmto označením pôvodu výrobku, alebo ak takéto použitie ťaží z dobrej povesti zapísaného označenia pôvodu výrobku,
- b) zneužívaniu, napodobňovaniu alebo vyvolávaniu mylnej domnienky o pôvode výrobku, aj keď je uvedený jeho skutočný pôvod alebo aj keď je zapísané označenie pôvodu výrobku uvedené v preklade alebo sprevádzané výrazom, ako napríklad „druh“, „typ“, „štýl“, „vyrobený na spôsob“, „imitácia“, „podobný“ alebo iným podobným výrazom,
- c) inému klamlivému alebo zavádzajúcemu údaju o pôvode, povahe alebo podstatných vlastnostiach výrobku na jeho vnútornom alebo vonkajšom obale, reklamných materiáloch alebo dokumentoch týkajúcich sa daného výrobku a použitiu prepravných obalov spôsobilých vyvolať mylnú domnienku o skutočnom pôvode výrobku,
- d) inému konaniu, ktoré by mohlo vyvolať vo verejnosti mylnú domnienku o skutočnom pôvode výrobku.

Držiteľ osvedčenia o zápise alebo užívateľ môžu na výrobku uviesť, že ide o zapísané označenie pôvodu alebo zapísané zemepisné označenie. V prílohe ZoPV sú uvedené **symboly**, ktoré môžu s týmto cieľom používať.

Na zapísané označenie nemôže byť licenčnou zmluvou poskytnutý súhlas na jeho používanie. K zapísanému označeniu nemôže byť zriadené záložné právo. Zapísané označenie pôvodu výrobku nemôže byť predmetom prevodu. **Doba trvania práva na ochranu zapísaného označenia nie je časovo obmedzená.**

Minerálne vody, remeselné výrobky alebo iné výrobky nepoľnohospodárskeho pôvodu je možné zapísať a chrániť na národnej úrovni podľa ZOPV) a medzinárodnej úrovni (Lisabonská dohoda o ochrane označení pôvodu a o medzinárodnom zápise označení pôvodu⁵³).

Poľnohospodárske výrobky a potraviny, víno, liehoviny a aromatizované vínne výrobky je možné zapísať a chrániť na úrovni Európskej únie, a to podľa:

⁵³Vyhláška Ministerstva zahraničných vecí ČSSR č. 67/1975 Zb.

- Nariadenia o systémoch kvality pre poľnohospodárske výrobky a potraviny⁵⁴ (pozri ďalej),
- Nariadenia, ktorým sa vytvára spoločná organizácia trhov s poľnohospodárskymi výrobkami⁵⁵ vzťahujúceho sa na označenia pôvodu, zemepisné označenia a tradičné pojmy v sektore vinohradníctva a vinárstva,
- Nariadenia o definovaní, opise, prezentácii a označovaní liehovín, používaní názvov liehovín pri prezentácii a označovaní iných potravín, ochrane zemepisných označení liehovín, používaní etylalkoholu a destilátov poľnohospodárskeho pôvodu v alkoholických nápojoch⁵⁶ upravujúceho liehoviny,
- Nariadenia o vymedzení, opise, obchodnej úprave, označovaní a ochrane zemepisných označení aromatizovaných vínnych výrobkov⁵⁷ vzťahujúceho sa na aromatizované vína, aromatizované nápoje na báze vína a aromatizované koktaily z vínnych výrobkov.

a následne na medzinárodnej úrovni podľa Ženevského aktu Lisabonskej dohody o označeniach pôvodu a zemepisných označeniach.

Nariadenie o systémoch kvality pre poľnohospodárske výrobky a potraviny definuje:

- a) chránené označenie pôvodu výrobku (*protected designation of origin* – PDO),
- b) chránené zemepisné označenie výrobku (*protected geographical indication* – PGI),
- c) zaručenú tradičnú špecialitu (*traditional speciality guaranteed* – TSG).

Ad a): **Chránené označenie pôvodu výrobku (PDO)** je názov, ktorým sa identifikuje výrobok:

- pochádzajúci z konkrétneho miesta, regiónu alebo vo výnimočných prípadoch z krajiny,
- ktorého kvalita alebo vlastnosti v podstatnej miere alebo výlučne závisia od osobitného zemepisného prostredia s jemu vlastnými prírodnými a ľudskými faktormi a
- ktorého všetky etapy výroby sa uskutočňujú vo vymedzenej zemepisnej oblasti.

⁵⁴Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1151/2012 z 21. novembra 2012 o systémoch kvality pre poľnohospodárske výrobky a potraviny (Ú. v. EÚ, L 343/1, 14. 12. 2012).

⁵⁵Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1308/2013 zo 17. decembra 2013, ktorým sa vytvára spoločná organizácia trhov s poľnohospodárskymi výrobkami a ktorým sa zrušujú nariadenia Rady (EHS) č. 922/72, (EHS) č. 234/79, (ES) č. 1037/2001 a (ES) č. 1234/2007 (Ú. v. EÚ, L 347/671, 20. 12. 2013).

⁵⁶Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/787 zo 17. apríla 2019 o definovaní, opise, prezentácii a označovaní liehovín, používaní názvov liehovín pri prezentácii a označovaní iných potravín, ochrane zemepisných označení liehovín, používaní etylalkoholu a destilátov poľnohospodárskeho pôvodu v alkoholických nápojoch a o zrušení nariadenia (ES) č. 110/2008 (Ú. v. EÚ, L 130/1, 17. 5. 2019).

⁵⁷Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 251/2014 z 26. februára 2014 o vymedzení, opise, obchodnej úprave, označovaní a ochrane zemepisných označení aromatizovaných vínnych výrobkov a o zrušení nariadenia Rady (EHS) č. 1601/91 (Ú. v. EÚ, L 84/14, 20. 3. 2014).

Medzi chránené označenia pôvodu výrobkov patria napríklad Parmská šunka alebo taliansky syr *Parmigiano Reggiano*, zo slovenských potravín napr. kyslá kapusta Stupavské zelé alebo Bardejovský med.

Ad b): **Chránené zemepisné označenie výrobku (PGI)** je názov, ktorým sa identifikuje výrobok:

- pochádzajúci z konkrétneho miesta, regiónu alebo krajiny,
- ktorého danú kvalitu, dobrú povest' alebo iné vlastnosti možno podstatne pripísať jeho zemepisnému pôvodu a
- ktorého aspoň jedna etapa výroby prebieha vo vymedzenej zemepisnej oblasti.

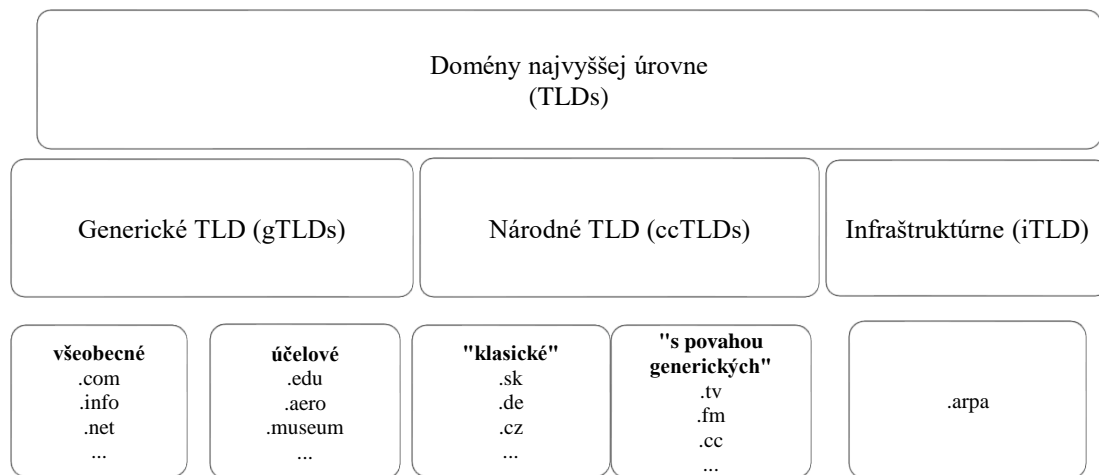
Medzi chránené zemepisné označenia v EÚ patria napríklad České pivo alebo Čabajská klobása, zo slovenských potravín napr. Slovenská bryndza alebo Skalický trdelník.

Ad c): Výraz **zaručená tradičná špecialita (TSG)** opisuje špecifický výrobok alebo potravinu, ktoré sú výsledkom spôsobu výroby, spracovania alebo zloženia zodpovedajúceho tradičnému postupu pre tento výrobok alebo potravinu alebo sa vyrábajú zo surovín alebo zložiek, ktoré sa tradične používajú. Na to, aby bol názov zapísaný do registra ako zaručená tradičná špecialita, musí sa tradične používať na označovanie špecifického výrobku alebo identifikovať tradičný charakter alebo špecifický charakter výrobku. V EÚ patria medzi zaručené tradičné špeciality napríklad syr *Mozzarella* alebo klobásy *Kabanosy*, zo slovenských potravín napr. Ovčí salašnícky údený syr alebo Bratislavský rožok.

2.14. DOMÉNOVÉ MENÁ

Masívne rozšírenie užívania internetu koncom 20. a začiatkom 21. storočia nevyhnutne viedlo podnikateľské subjekty k jeho využívaniu s cieľom prezentovania a vykonávania svojich podnikateľských aktivít. Jedným z nástrojov internetu, ktorý plní tento účel, sú webstránky, ktoré môže užívateľ dohľadať prostredníctvom konkrétneho doménového mena. Práve hospodárska atraktivita a ekonomická hodnota domén sú hlavnými dôvodmi, prečo sa môžeme stretnúť s celým radom rôznych protiprávných postupov a praktík týkajúcich sa domén. Pokiaľ by sme chceli čo najjednoduchším spôsobom definovať doménové meno, mohli by sme ho charakterizovať ako **slovný prepis internetovej adresy**. Zadanie samotného doménového mena v sieti *World Wide Web* alebo *www* (angl. výraz pre celosvetovú sieť) vedie k vyhľadaniu štandardného súboru dát určených na sprístupnenie iným užívateľom siete. Z technického pohľadu má doménové meno hlavnú funkciu v tom, že nahrádza zložitý číselný kód priradený každému počítaču pripojenému na internet. Tento číselný kód sa volá **IP adresa**. Keďže pre

obyčajných užívateľov internetu by bolo veľmi komplikované zapamätať si (resp. zaznamenávať si) číselné IP adresy, existuje systém, ktorý konvertuje slovné doménové mená na číselné IP adresy a opačne. Tento prevodný systém sa nazýva DNS (*domain name system* – **systém doménových mien**). V celosvetovej internetovej sieti *World Wide Web (www)* je prístup počítačov organizovaný prostredníctvom vzostupných domén. Hierarchická štruktúra domén rôznych úrovní sa oddeľuje bodkami, pričom posledná časť je doménou najvyššej úrovne – **Top Level Domain (TLD)**. Domény najvyššej úrovne (TLD) môžeme rozdeliť do viacerých kategórií:



Prípady konfliktov domén s právami na označenie sa, prirodzene, týkajú len **domén druhej a tretej úrovne**, prípadne ďalších, keďže domény najvyššej úrovne (TLD)⁵⁸ v zásade nemajú rozlišovaciu spôsobilosť.

Domény sú predmetom samoregulačných mechanizmov, riadia sa právnou úpravou *sui generis*, ktorá je podstatne viac zjednotená technicky ako právne. Základné črty hmotnoprávnej úpravy domén sú zastrešované jediným samosprávnym a súkromnoprávnym subjektom *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)*⁵⁹ a ním poverenými subjektmi. Poskytovateľom služieb v oblasti domén je v Slovenskej republike spoločnosť SK-NIC, a.s., ktorá je výhradne poverená zo strany ICANN správou TLD.sk, národnej internetovej domény.

⁵⁸Napr. TLD .com, .sk, .cz, .net, .info; generické (druhovú) vrcholné domény (gTLDs) sú vrcholné domény, ktoré na rozdiel od národných vrcholných domén (*country code Top Level Domains - ccTLDs*) neboli pridelené žiadnej krajine alebo štátu a sú otvorené buď subjektom z celého sveta, alebo subjektom spĺňajúcim predpoklady bez toho, aby boli rozhodujúce pôvod, národnosť, občianstvo alebo geografický pôvod príslušného subjektu. Správu generických vrcholných domén (gTLDs) v súčasnosti vykonáva *Internet Assigned Numbers Authority (IANA)*, ktorá spadá pod ICANN.

⁵⁹ICANN je nezisková organizácia založená podľa kalifornského práva, ktorá má reprezentovať celosvetovú internetovú komunitu a v súlade s jej záujmami koordinovať rôzne aspekty internetu.

Pravidlá registrácie domén však nie sú formálnym prameňom vnútroštátneho práva, nejde teda o právne normy, ale len tzv. *soft law*, ktoré nie je právne záväzné a štátom vynútiteľné. Štátne orgány sú z registračného procesu vylúčené, keďže problematika registrácie domén spadá do oblasti **súkromného práva**. Pri registrácii domény národná registračná autorita SK-NIC obmedzuje svoj prieskum len na to, či **neexistuje doména rovnakého znenia**. Na prípadný konflikt registrovanej domény s inými právami na označenie, ktoré sú zhodné alebo zameniteľné s doménou v procese registrácie, SK-NIC neprihliada. SK-NIC nepreberá žiadnu zodpovednosť za užívanie konkrétnej domény a predovšetkým za užívanie v rozpore s pravidlami stanovenými pre užívanie ochranných známk, obchodných mien a ostatných predmetov duševného vlastníctva. Takáto úprava pravidiel registrácie nie je ničím výnimočná a aj v zahraničí sa skúmanie kolízie doménových mien s právami na označenie v prevažnej väčšine krajín nevykonáva vopred pred registráciou domény, ale až na podnet subjektu, ktorý sa cíti byť ukrátený o svoje práva registráciou domény. Prípadné predbežné skúmanie kolízie doménového mena s právami na označenie by bolo administratívne a časovo veľmi náročné.

Slovenská legislatíva pojem doména žiadnym špecifickým spôsobom nedefinuje. Nepriamo je pojem doména definovaný v zákone č. 22/2004 Z. z. o elektronickom obchode v súvislosti s vymedzením pojmu komerčná komunikácia. V zmysle § 2 písm. d) bodu 1. tohto zákona sa doménou na účely citovaného zákona rozumie symbolická adresa v elektronickej komunikačnej sieti. Doména sa stáva predmetom právnych vzťahov až okamihom uzatvorenia príslušných zmlúv podľa pravidiel SK-NIC. V tomto okamihu vzniká osobitný vzťah medzi držiteľom domény na jednej strane a registrátorom a správcom národnej domény (SK-NIC) na strane druhej. V Pravidlách SK-NIC sa osoba, ktorá si dala registrovať doménu s úmyslom ju ďalej užívať, nazýva **držiteľ domény**. Držiteľ domény má neobmedzenú možnosť doménu užívať pre svoju vlastnú potrebu, dať súhlas na jej užívanie iným osobám aj za odplatu, samotnú registráciu zrušiť alebo previesť odplatne na tretiu osobu.

Práve samotná doména môže mať **značnú hodnotu** v súťažných vzťahoch. Na práva k doméne môžeme primerane nazerať ako na **práva k nezapísanému označeniu**. Pre každé jednotlivé doménové meno je charakteristická jeho jedinečnosť. Na rozdiel od ochranných známk doménové mená nie sú teritoriálne obmedzené a ani registrácia doménového mena pod národnou vrcholnou doménou TLD.sk nekonštituuje ochranu takéhoto doménového mena len na území Slovenskej republiky.

Ku **kolízii** domény (doménového mena) s právami tretích osôb môže dôjsť už samotnou registráciou doménového mena alebo následným užívaním domény, príp. existujú aj prípady kolízie pri registrácii a následnom užívaní domény. Doménové meno samotné však môže

taktiež požívať ochranu ako iné práva na označenie, keďže je spôsobilé označovať tovary, služby a individualizovať subjekty. Doménové meno môže mať **adresnú funkciu**, keď sa využíva ako cieľová adresa, **identifikačnú funkciu** vo vzťahu k prevádzkovateľovi webstránok, a tiež **funkciu rozlišovaciú**.

Keďže registrácia doménového mena má súkromnoprávnu povahu, registrácia domény nemá podobné účinky ako registrácia obchodnej spoločnosti či registrácia ochrannej známky. S ohľadom na to sú základnými predpokladmi pre doménové spory nasledujúce skutočnosti:

- a) **uplatňovanie princípu „first come, first serve”** – „*kto prvý príde ten prvý melie*“ - držiteľom doménového mena sa stane tá osoba, ktorá si ho zaregistruje ako prvá, bez akéhokoľvek postupu kontroly zo strany registrátora a plynutia lehoty na podávanie námietok čo do dôvodu a rozsahu možného zásahu znenia doménového mena do práv k niektorým iným označeniam,
- b) doménové meno **nie je teritoriálne vymedzené**,
- c) podmienka **jedinečnosti** doménových mien,
- d) **jednoduchá prevoditeľnosť** doménového mena.

V praxi sa najčastejšie vyskytujú nasledujúce prípady kolízie doménového mena s právami na označenie:

- zneužitie mena a priezviska a porušenie osobnostných práv (§ 11-15 OZ);
- porušenie práv k obchodnému menu (§ 8 až 12 ObZ), resp. neoprávneného použitia názvu právnickej osoby (§ 19b ods. 2 OZ);
- neoprávnený zásah do dobrej povesti právnickej osoby (§ 19b ods. 3 OZ);
- porušenie práv k ochrannej známke (§ 8 ZOZ);
- porušenie autorských práv (podľa AZ);
- porušenie práva na označenie pôvodu výrobkov a zemepisných označení výrobkov podľa ZoPV;
- nekalosúťažné konanie (§ 44 a nasl. ObZ);
- v závažnejších prípadoch môže dôjsť aj k naplneniu skutkových podstát niektorých trestných činov podľa Trestného zákona.⁶⁰

Medzi základné formy špekulatívnych registrácií doménových mien patria:

- a) **Cybersquatting** – je jedným z najrozšírenejších spôsobov agresívneho súťaženia v prostredí internetu. Vo všeobecnom poňatí ide o tzv. špekulatívnu registráciu

⁶⁰Napr. § 250 Zneužitie účasti na hospodárskej súťaži; § 281 Porušovanie práv k ochrannej známke, označeniu pôvodu výrobku a obchodnému menu; § 282 Porušovanie priemyselných práv a § 283 Porušovanie autorského práva.

doménového mena, ktorú uskutoční špekulant s cieľom, aby z takejto registrácie získal majetkový alebo iný prospech. Typicky takýmto prospechom rozumieme výnosy nadobudnuté za prevod práv k doménovému menu inej osobe, zvýšenie návštevnosti domény či znemožnenie inému konkurentovi vstupovať na relevantný trh.

- b) **Typosquatting**, ktorý môžeme považovať za osobitnú formu *cybersquattingu*. V tomto prípade sa snaží špekulant najmä parazitovať na povesti, keď si zaregistruje doménu obsahujúcu zámerne preklep, gramatické či štylistické chyby alebo chyby vo výslovnosti. Bežne sa pritom vyskytuje aj pridanie množného namiesto jednotného čísla známejšej domény označenia iného subjektu. Takýto *typosquatter* predpokladá, že sa užívateľ internetu pomýli pri písaní a namiesto požadovanej adresy napíše adresu s chybou. Prax pozná niekoľko druhov a foriem *typosquattingu*, ktorý tak môže spočívať v chýbajúcich znakoch (gogl.sk), v pravopisných chybách (zme.sk), v preklepe (yoynam.sk), či prehodení písmen (gogole.sk). Prospechom špekulanta v tomto prípade môžu byť zvýšená návštevnosť stránok, vyšší zárobok z reklám, výnimkou nie sú pritom ani stránky, na ktorých sú umiestnené rôzne vírusy, *spyware*⁶¹ či trójske kone. Nepochádza však iba k poškodzovaniu držiteľa pôvodnej domény. Výsledkom *typosquattingu* môže byť aj škoda, ktorá vznikne priamo užívateľovi internetu.
- c) **Domain grabbing** – vyznačuje sa registráciou veľkého množstva zhodných alebo podobných doménových mien, ktorým špekulant pripisuje určitú mieru lukrativity. Tieto žiadnym spôsobom nespravuje, nepoužíva ich na prezentáciu produktov alebo služieb alebo na nich nenachádzame žiaden obsah. Špekulant tieto doménové mená obsadí, blokuje s cieľom ich následného predaja so ziskom, prípadne s úmyslom zabránenia ich ďalšiemu využívaniu iným súťažiteľom.
- d) **Predbežná špekulácia**. Čoraz častejšie sa na internete začínajú objavovať situácie, keď si subjekt zaregistruje doménové meno, ktoré v čase registrácie nemá žiadnu ekonomickú hodnotu, ale má potenciál dosiahnuť ekonomickú hodnotu v budúcnosti. Práve pre tento typ konania sa zaužíval pojem predbežná špekulácia. Samotná predbežná špekulácia nie je protiprávnym konaním, ale v konečnom dôsledku môže viesť k nežiaducemu blokovaniu domén.
- e) **Warehousing** predstavuje také konanie držiteľa doménového mena, ktoré spočíva v blokovaní doménového mena bez jeho používania tak, že majiteľovi ochrannej známky

⁶¹*Spyware* je počítačový program, ktorý sa bez vedomia užívateľa pokúša „vyšpehovať“ citlivé dáta z počítača.

identickej s doménovým menom zámerne bráni v registrácii doménového mena zhodného s jeho ochrannou známkou.

- f) **Cyberjestering** – prípad, kedy sa doménové meno používa na zosmiešnenie tovarov alebo služieb iného súťažiteľa.

2.15 OBCHODNÉ MENO

Podnikatelia vystupujú v podnikateľských vzťahoch pod určitým označením, s ktorým si jeho obchodní partneri a odberatelia spájajú určitý okruh výrobkov alebo služieb vrátane stupňa ich kvality. Obchodné meno je preto v podnikateľskom prostredí **najvýznamnejší identifikačný ukazovateľ**.

Obchodným menom sa rozumie **názov, pod ktorým podnikateľ vykonáva právne úkony pri svojej podnikateľskej činnosti**.

Obchodným menom fyzickej osoby je jej **meno a priezvisko**. Obchodné meno fyzickej osoby môže obsahovať dodatok odlišujúci osobu podnikateľa alebo druh podnikania.

Obchodné meno obchodných spoločností a družstva je **názov, pod ktorým sú zapísané v obchodnom registri**. To platí aj pre právnické osoby, ktoré sa zapisujú do obchodného registra na základe osobitného zákona. Obchodným menom právnickej osoby, ktorá sa nezapíše do obchodného registra, je **názov, pod ktorým bola zriadená**.

Súčasťou obchodného mena právnických osôb je aj **dodatok označujúci ich právnu formu**. Podnikateľ je povinný uvádzať obchodné meno spolu s dodatkom označujúcim jeho súčasný právny stav, najmä s dodatkom „v likvidácii“, „v konkurze“ alebo „v reštrukturalizácii“.

Obchodné meno **nesmie byť zameniteľné** s obchodným menom iného podnikateľa a **nesmie vzbudzovať klamlivú predstavu** o podnikateľovi alebo o predmete podnikania. Na odlíšenie obchodného mena právnickej osoby nestačí rozdielne označenie právnej formy. Ak ide o fyzickú osobu, stačí na odlíšenie uvedenie iného miesta podnikania. Ak má fyzická osoba rovnaké meno a priezvisko ako iný podnikateľ v tom istom mieste podnikania, je povinná doplniť svoje obchodné meno uvedením dodatku, ktorý sa týka mena alebo druhu podnikania tak, aby sa obchodné mená dali vzájomne odlíšiť. Ak podniká spolu viac osôb pod spoločným označením bez založenia právnickej osoby, sú tieto osoby spoločne a nerozdielne povinné splniť záväzky vzniknuté pri podnikaní.

Obchodné meno podnikateľa, ktoré bolo registrovým súdom riadne zaevidované, podlieha **absolútnej právnej ochrane** a podnikateľovi vzniká právo používať toto obchodné meno **s neobmedzenou časovou platnosťou**.

Neoprávnené zásahy do práv k obchodnému menu môžu byť mimoriadne rozmanité, pričom na vybrané formy možno aplikovať právnu úpravu nekalosúťažného konania – napr. ustanovenia týkajúce sa klamlivej reklamy (§ 45), vyvolania nebezpečenstva zámeny (§ 47) či parazitovania na povesti (§ 48). Podnikateľ, ktorému bolo neoprávnené zasiahnuté do jeho práv k obchodnému menu, sa môže domáhať, aby rušiteľ **odstránil závadný stav**, vydal **bezdôvodné obohatenie**, uhradil **primerané zadosťučinenie**, **zdržal sa protiprávneho konania** a prípadne **nahradil škodu**, ktorá vznikla neoprávneným zásahom. Súd môže tiež určiť povinnosť **zverejniť rozhodnutie** na trovy rušiteľa.

Použitá literatúra

1. ADAMOVIČ, Z. *Právo duševného vlastníctva*. TINCT, 2020, 224 s., ISBN: 978-80-973544-0-4
2. JANSKA, L., OTEVŘEL, P., ČERMÁK, J. a kol. *Internetové právo. I. vyd.* Praha : Albatros Media, 2016, 432 s., ISBN 978-80-251-4664-4
3. KROPAJ, M. a kol. *Základy práva duševného vlastníctva pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017, 208 s., ISBN 978-80-8168-706-8
4. OVEČKOVÁ, O. *Obchodný zákonník – Veľký komentár (I. a II. zväzok)*, Wolters Kluwer, 2022, ³⁷⁰4 s., ISBN: 978-80-571-0436-0
5. PATAKYOVÁ, M. a kol. *Obchodný zákonník. Komentár. I. vydanie*. Praha: C. H. Beck, 2022, 1792 s., ISBN: 978-80-8232-018-6
6. PELIKANOVÁ, R., ČERMÁK, K. *Právni aspekty doménových jmen*. Praha: Linde, 2000, 210 s., ISBN: 80-7201-245-2
7. ŠVIDROŇ, J. a kol. *Právo duševného vlastníctva v informačnej spoločnosti a v systéme práva. I. vydanie*. VEDA, 2009, 675 s., ISBN 978-80-224-1033-5
8. VOJČÍK, P. a kol. *Právo duševného vlastníctva*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2012, 495 s. ISBN 978-80-7380-373-5
9. WINKLER, M. a kol. *Právo v medzinárodnom obchode. I. vydanie*. Bratislava : Wolters Kluwer SR, s. r. o., 2021, 568 s., ISBN 978-80-571-0320-2.
10. Právne predpisy podľa textu.
11. Rozhodnutia Úradu priemyselného vlastníctva SR podľa textu.

3. OCHRANA OSOBNOSTI

3.1. VŠEOBECNÉ OSOBNOSTNÉ PRÁVO V OBJEKTÍVNOM ZMYSLE

Právna ochrana osobnosti je inštitútom občianskeho práva. Všeobecná ochrana osobnosti je upravená v druhej hlave prvej časti Občianskeho zákonníka. Právo na ochranu osobnosti upravuje Občiansky zákonník ako jednotné právo, tzv. všeobecné osobnostné právo. Všeobecné osobnostné právo je všeobecným a osobnostným právom preto, lebo patrí nerozlučne každej fyzickej osobe ako individualite (rámec všeobecnosti) a ďalej jeho predmetom sú nehmotné hodnoty (stránky) ľudskej osobnosti v jej celku, v jej fyzickej a morálnej jednote (rámec osobnostný).⁶² V rámci takto chápaného všeobecného osobnostného práva existuje celý rad jednotlivých osobnostných práv (ako sú napr. právo na česť a dôstojnosť, právo na meno, právo na vlastnú podobu, právo na slovné prejavy osobnej povahy, právo na osobnú slobodu atď.), ktorých predmetom sú jednotlivé nehmotné hodnoty, tvoriace integritu osobnosti fyzickej osoby v jej celku (v jej fyzickej a morálnej jednote).

Všeobecné osobnostné právo v objektívnom zmysle možno charakterizovať ako súhrn rovnorodých (homogénnych) právnych noriem, ktoré upravujú právo, resp. práva, ktorých predmetom je osobnosť fyzickej osoby ako celok, resp. jednotlivé hodnoty tvoriace súčasť celkovej fyzickej a morálnej integrity osobnosti každej fyzickej osoby ako individuality, a ktorej subjekty majú voči ostatným subjektom (fyzickým či právnickým osobám) rovnaké právne postavenie.⁶³

Všeobecné osobnostné právo v objektívnom zmysle je integrálnou súčasťou občianskeho práva v objektívnom zmysle, a tým aj súčasťou súkromného práva vôbec. Vyplýva to zo spoločného znaku, ktorým je rovnaké postavenie subjektov. Úprava občianskeho práva sa týka osobnostných práv nielen pred neoprávneným zásahom do nich, teda v priebehu ich prirodzenej, bezchybnej realizácie, ale aj po neoprávnenom zásahu, to znamená po porušení, resp. ohrození osobnosti fyzickej osoby. V oboch týchto fázach občianske právo disponuje právnymi prostriedkami, ktoré sú tak pre svoju regulatívnu, ako aj ochrannú funkciu spôsobilými nástrojmi úpravy i ochrany osobnostných práv. Občianske právo neupravuje všetky osobnostné práva, ale iba tie, v ktorých majú subjekty pri nakladaní s osobnosťou

⁶²KNAP, K., ŠVESTKA, J., JEHLIČKA, O., PAVLÍK, P., PLECITÝ, V.: *Ochrana osobnosti podľa občianskeho práva*. Linde, Praha 1996, s. 14.

⁶³Tamže, s. 49.

fyzických osôb ako celkom, resp. jednotlivými hodnotami osobnosti fyzických osôb rovnaké právne postavenie.

Základnú všeobecnú (generálnu) úpravu všeobecného osobnostného práva v objektívnom zmysle obsahuje Občiansky zákonník v ustanoveniach § 11 až 16 pod označením Ochrana osobnosti. Občiansky zákonník chápe všeobecné osobnostné právo ako právo jednotné (ide o tzv. monistické poňatie), ktorého predmet úpravy tvorí osobnosť fyzickej osoby ako celok v jej fyzickej a morálnej jednote a v ktorého rámci existujú jednotlivé osobnostné práva (napr. právo na meno, právo na podobu atď.), ktorých predmetom sú jednotlivé hodnoty osobnosti fyzickej osoby. Monistické poňatie všeobecného osobnostného práva vyplýva z ustanovenia § 11 OZ, ktoré znie: “Fyzická osoba má právo na ochranu svojej osobnosti, najmä života a zdravia, občianskej cti a ľudskej dôstojnosti, ako aj súkromia, svojho mena a prejavov osobnej povahy.” Ide o úpravu formou tzv. **generálnej klauzuly**. Výpočet jednotlivých osobnostných práv sa v tomto ustanovení uvádza demonštratívne, to znamená, že je neúplný a zároveň neuzavretý. Takže popri práve na ochranu života, zdravia, občianskej cti, svojho mena a prejavov osobnej povahy sem možno zaradiť aj právo na ochranu osobnej slobody, svojej podoby, pseudonymu a ďalšie, ktoré nie sú v zákone výslovne uvedené.

Okrem všeobecnej právnej úpravy (generálnej klauzuly) zakotvenej v § 11 obsahuje Občiansky zákonník v § 12 **osobitnú právnu úpravu taxatívne uvedených osobnostných hodnôt fyzickej osoby**, konkrétne písomností osobnej povahy, podobizní, obrazových snímok a obrazových a zvukových záznamov, ktoré sa dotýkajú fyzickej osoby alebo jej prejavov osobnej povahy. Ide tu o hmotné substráty, ktoré zachytávajú alebo vyjadrujú osobnosť fyzickej osoby. Dôvodom ustanovenia tejto osobitnej právnej úpravy bola skutočnosť, že hmotné substráty sa po vzniku stávajú samostatnými predmetmi vlastníckeho práva, ktoré môžu pôsobiť oddelene od vlastnej osobnosti fyzickej osoby. V dôsledku toho možno s takto zachytenými jednotlivými hodnotami osobnosti fyzickej osoby disponovať nezávisle od jej osobnosti už samotnou dispozíciou hmotným substrátom. Osobitná právna úprava zakotvená v § 12 OZ dopĺňa a konkretizuje všeobecnú úpravu (generálnu klauzulu) obsiahnutú v § 11 OZ, a to so zreteľom na tie jednotlivé hodnoty, tvoriace celistvosť osobnosti fyzickej osoby vo fyzickej a morálnej jednote, ktoré sú hmotne zachytené. V ustanoveniach § 11 a 12 OZ sú tak zakotvené jednak všeobecná, jednak špeciálna úprava niektorých, v súčasnosti typických, jednotlivých osobnostných práv. V súlade s dynamikou premien osobnosti fyzických osôb, v dôsledku ďalšieho vývoja spoločenských podmienok a potrieb, je možné okruh jednotlivých všeobecných osobnostných práv neustále dopĺňať.

Uviedli sme, že pod pojem všeobecného osobnostného práva fyzických osôb v objektívnom zmysle treba zahrnúť právo ako súhrn noriem, ktorých **predmetom úpravy** je osobnosť fyzických osôb, resp. jednotlivé hodnoty osobnosti fyzických osôb, tvoriace **celistvosť ich osobnosti v jej:**

- a) **telesnej** (fyzickej) i
- b) **morálnej** (mravnej) **jednote**.

Do skupiny a) možno z jednotlivých hodnôt osobnosti fyzických osôb zaradiť život, zdravie, telo a ich nedotknuteľnosť, pričom pokiaľ ide o nedotknuteľnosť tela fyzických osôb, platí táto zásada nielen počas ich života, ale aj po ich smrti.

Do skupiny b) možno z jednotlivých hodnôt osobnosti fyzických osôb zaradiť všetky formy osobnej slobody fyzických osôb, ich česť, dôstojnosť a dobrú povesť, osobné súkromie, meno, podobu, podobizeň, ako aj slovné prejavy a záznamy slovných prejavov osobnej povahy.

3.2. VŠEOBECNÉ OSOBNOSTNÉ PRÁVO V SUBJEKTÍVNOM ZMYSLE

3.2.1. Pojem

Subjektívne všeobecné osobnostné právo, resp. v jeho jednotnom rámci jednotlivé subjektívne osobnostné práva možno definovať ako možnosť každej fyzickej osoby ako individuality nakladať v medziach právneho poriadku podľa svojho uváženia čo najširšie so svojou osobnosťou, resp. s jednotlivými hodnotami tvoriacimi celistvosť jej osobnosti v jej fyzickej a morálnej jednote voči ostatným subjektom (fyzickým či právnickým osobám) s rovnakým právnym postavením za účelom realizácie a ochrany jej záujmov, potrieb a preferencií.⁶⁴

Nakladanie fyzickej osoby so svojou osobnosťou, resp. s jej jednotlivými hodnotami sa realizuje prostredníctvom jednotlivých oprávnení. Ide najmä o oprávnenie fyzickej osoby osobnosť, resp. jej jednotlivé hodnoty užívať, ďalej oprávnenie osobnosťou, resp. jej jednotlivými hodnotami disponovať a tiež o oprávnenie vzoprieť sa každému neoprávnenému zásahu do osobnosti, resp. do jednotlivých hodnôt osobnosti zo strany iného subjektu s rovnakým právnym postavením, alebo použiť zákonom stanovené možnosti ochrany svojho práva.

Na základe uvedeného je zrejmé, že obsah všeobecného osobnostného práva ako

⁶⁴Tamže, s. 79.

jednotného práva, resp. v jeho jednotnom rámci obsah jednotlivých osobnostných práv, má jednak pozitívnu zložku, ktorá sa týka oprávnenia užívať a oprávnenia disponovať, a jednak negatívnu zložku, ktorá súvisí s oprávnením vzoprieť sa neoprávneným zásahom zo strany ostatných subjektov s rovnakým právnym postavením. Existencia týchto dvoch zložiek obsahu všeobecného osobnostného práva svedčí o tom, že toto právo má každá fyzická osoba už pred jeho neoprávneným porušením, resp. ohrozením.

Z jednotlivých uvedených oprávnení má v praxi dôležité miesto najmä oprávnenie disponovať osobnosťou, resp. jej jednotlivými hodnotami, ktoré sa realizuje formou právnych úkonov. Tieto právne úkony môže robiť fyzická osoba buď výslovné, alebo iným spôsobom, ktorý nemá znaky výslovného prejavu, ale vyjadruje vôľu konajúceho takým spôsobom, že so zreteľom na všetky okolnosti prípadu niet pochybností o tom, že ide o prejav vôle a aký je jeho obsah. Akákoľvek dispozícia s osobnosťou fyzickej osoby, resp. s jednotlivou hodnotou osobnosti fyzickej osoby musí zodpovedať všetkým náležitostiam, ktoré sú kladené na právne úkony. Nedodržanie ustanovených náležitostí by malo za následok neplatnosť právneho úkonu.

3.2.2. Pojmové znaky subjektívneho všeobecného osobnostného práva

Subjektívne všeobecné osobnostné právo je neoddeliteľne spojené s osobnosťou každej fyzickej osoby ako individuality, resp. s jej jednotlivými hodnotami, ktoré tvoria celistvosť fyzickej osoby vo fyzickej a morálnej jednote. Prostredníctvom tohto subjektívneho osobnostného práva sa osobnosť každej fyzickej osoby ako individuality prejavuje a uplatňuje vo vzťahu k iným subjektom s rovnakým právnym postavením. Subjektívne všeobecné osobnostné právo fyzických osôb tak tvorí významnú súčasť ich celkového občianskoprávneho postavenia a jeho prostredníctvom súčasť ešte širšieho právneho a najširšieho sociálneho postavenia v spoločnosti.

Pojmové znaky subjektívneho všeobecného osobnostného práva sú nasledujúce:

- a) Uvedené právo **prináleží a priori každej fyzickej osobe ako individualite**.
- b) Uvedené právo **má nemajetkový charakter**, pretože jeho predmetom je osobnosť ako atribút spojený s každou fyzickou osobou ako individualitou, resp. jednotlivé hodnoty ako súčasť tejto osobnosti v jej fyzickej a morálnej jednote (najmä život, zdravie a telo, osobná sloboda, česť, dôstojnosť a povesť, meno, podoba, slovné prejavy osobnej povahy, ako aj osobné súkromie). Z uvedeného vyplýva, že neoprávnené porušenie či ohrozenie osobnosti fyzickej osoby, resp. niektorej z jej jednotlivých hodnôt sa samo osebe neprejaví v majetkovej sfére dotknutých osôb. Preto ani vzniknutá ujma nemôže byť bezprostredne

vyjadrená v peniazoch. To však nevyklučuje, aby v prípade, že v dôsledku takého neoprávneného zásahu vznikla dotknutej fyzickej osobe popri nemajetkovej ujme zároveň majetková ujma – škoda, došlo pri splnení zákonných podmienok aj k náhrade tejto majetkovej ujmy (§ 415 až 450 OZ). Rovnako zákon pripúšťa, aby v prípade, keď neoprávneným zásahom do subjektívneho všeobecného osobnostného práva fyzickej osoby bola spôsobená nemajetková ujma, ktorá je z hľadiska narušenia vážnosti a dôstojnosti tejto fyzickej osoby natoľko závažná, že ju nemožno účinne napraviť žiadnym z nemajetkových prostriedkov ochrany, bolo postihnutej fyzickej osobe priznané zadosťučinenie (satisfakcia) aj vo forme peňažného plnenia (tzv. materiálnej satisfakcie).

- c) Uvedené právo **má absolútnu pôsobnosť**, pôsobí *erga omnes*, t. j. voči všetkým ostatným subjektom (fyzickým či právnickým osobám) s rovnakým právnym postavením v tom zmysle, aby sa všetky ostatné subjekty zdržali akýchkoľvek neoprávnených zásahov do tohto práva, resp. jednotlivých práv.
- d) Uvedené právo **patrí výlučne fyzickej osobe**. To znamená, že fyzická osoba ako subjekt všeobecného osobnostného práva, má počas celého života výlučné oprávnenie v medziach určených právnym poriadkom nakladať s jednotlivými stránkami svojej osobnosti. Môže svoju osobnosť, resp. jej jednotlivé hodnoty užívať, disponovať nimi, ako aj vzoprieť sa neoprávnenému zásahu do svojej osobnosti, resp. do jej jednotlivých hodnôt s cieľom ochrany. Výlučnosť všeobecného osobnostného práva fyzických osôb je v určitých smeroch obmedzená s ohľadom na oprávnené záujmy iných fyzických osôb, prípadne s ohľadom na verejné záujmy.
- e) Uvedené právo **je neprevoditeľné – nescudziteľné**. Nemožno ho oddeliť od svojho nositeľa. To znamená, že fyzická osoba sa nemôže zbaviť tohto práva z vlastnej vôle na základe dohody, ani sa ho vzdať, ani ho byť inak zbavená, a to ani na základe zákona. Toto právo nemôže byť predmetom dedenia.
- f) Uvedené právo **je časovo neobmedzené**. Všeobecné osobnostné právo fyzickej osoby ako právo neoddeliteľné od jej osobnosti, resp. od jej jednotlivých hodnôt ako individuality, trvá po celé obdobie jej života, to znamená od jej narodenia, resp. už od počatia, až do jej smrti. V tomto zmysle je teda časovo neobmedzené. Smrťou fyzickej osoby toto právo zaniká. Toto právo neprechádza na dedičov. Moderný právny štát však zvláštnou úpravou (u nás § 15 OZ) zabezpečuje ochranu osobnosti fyzickej osoby aj po smrti.
- g) Uvedené právo je **nepremlčateľné a neprekludovateľné**. Plynutie času však má aj v oblasti osobnostných práv svoj význam vo vzťahu k uplatňovaniu a presaditeľnosti jednotlivých

nárokov vyplývajúcich z porušenia, resp. ohrozenia týchto práv. Napríklad nárok na náhradu škody premlčaniu podlieha.

3.2.3. Vznik všeobecného osobnostného práva v subjektívnom zmysle

Pre zabezpečenie účinnej právnej ochrany je dôležité správne určenie vzniku všeobecného osobnostného práva, resp. jednotlivých všeobecných osobnostných práv.

Obsah osobnosti fyzickej osoby nie je nemenný – statický. Obsah tohto pojmu sa vzhľadom na priebeh života samotnej fyzickej osoby, na ktorú pôsobí mnoho spoločenských činiteľov, sústavne vyvíja a zároveň mení. V dôsledku toho niektoré hodnoty tvoria neoddeliteľnú súčasť osobnosti fyzickej osoby od narodenia, resp. od počatia, iné až v ďalšom období jej života. Tejto povahe osobnosti fyzickej osoby, teda jej dynamike, premenlivosti a mnohotvárnosti, musí primerane zodpovedať obsah všeobecného subjektívneho osobnostného práva absolútnej povahy, a tým aj občianskoprávnej ochrany osobnosti fyzickej osoby podľa § 11 až 16 OZ. Napríklad telesná integrita fyzickej osoby tvorí ako hodnota neoddeliteľnú súčasť jej osobnosti a tým aj predmet subjektívneho všeobecného osobnostného práva absolútnej povahy, a teda aj predmet občianskoprávnej ochrany podľa § 11 až 16 OZ už od narodenia fyzickej osoby, resp. od jej počatia. V tomto období sa budú obsah a rozsah subjektívneho všeobecného osobnostného práva fyzickej osoby realizovať najmä prostredníctvom osobnostného práva na telesnú integritu. No niektoré iné hodnoty (napr. písomné prejavy osobnej povahy) sa stanú súčasťou osobnosti fyzickej osoby, súčasťou predmetu subjektívneho všeobecného osobnostného práva absolútnej povahy, a tým aj súčasťou predmetu občianskoprávnej ochrany fyzickej osoby podľa § 11 až 16 OZ až v dôsledku pristúpenia ďalšej skutočnosti, ktorou je spôsobilosť fyzickej osoby na písomné prejavy a v dôsledku toho možnosť ich zachytenia na hmotnom substráte (na papieri a pod.).

Dynamiku a premenlivosť osobnosti fyzickej osoby možno názorne demonštrovať na cti fyzickej osoby a na osobnostnom práve, ktoré sa spája s touto hodnotou osobnosti. Aj keď uvedené osobnostné právo existujúce v rámci všeobecného osobnostného práva patrí každej fyzickej osobe už od narodenia, je zrejmé, že jeho obsah a rozsah budú iné, a to užšie u neplnoletej osoby a širšie u plnoletej fyzickej osoby. Okrem toho aj u plnoletej fyzickej osoby, ktorá má v spoločnosti určité postavenie, sa budú rozsah jej cti, a tým aj jej občianskoprávna ochrana podľa § 11 až 16 OZ líšiť v súvislosti s výkonom jej povolania (napr. lekára, sudcu, podnikateľa ako fyzickej osoby a pod.), resp. výkonom funkcie (napr. poslanca, ministra a pod.).

Naproti tomu, pokiaľ ide o ľudskú dôstojnosť fyzickej osoby, v nej sú si všetky fyzické osoby od narodenia rovné. Preto tiež každej z nich vzniká narodením, a to nezávisle od postavenia v spoločnosti, osobnostné právo, aby s ňou všetky ostatné subjekty s rovnakým právnym postavením zaobchádzali vždy vo všetkých životných situáciách s rešpektom k prirodzenej dôstojnosti.

3.2.4. Osobnostný vzťah a jeho prvky

Právny vzťah je významný spoločenský vôľový vzťah. Zúčastňujú sa na ňom fyzické a právnické osoby, ktoré sú nositeľmi subjektívnych práv a povinností, regulovaných platnými a účinnými právnymi normami. Osobnostný vzťah je súčasťou občianskoprávných vzťahov.

Občianskoprávne vzťahy sú – v rámci spoločenských vzťahov upravených právnymi normami – osobitnou formou regulovaných právnych vzťahov osobných, resp. osobnostných, osobnomajetkových a majetkových, vznikajúcich medzi fyzickými osobami, právnickými osobami a tiež štátom, pokiaľ je štát účastníkom občianskoprávných vzťahov upravených normami občianskeho práva. Najcharakteristickejším znakom týchto vzťahov je rovnaké postavenie účastníkov, čo znamená, že právne nie sú vzájomne jeden druhému v nadriadenom alebo podriadenom postavení. Preto žiaden z účastníkov občianskoprávneho vzťahu nemôže jednostranne druhému vnucovať svoju vôľu.

Každý občianskoprávny vzťah tvoria tri **prvky**:

- a) **subjekty** (účastníci),
- b) **predmet** (objekt),
- c) **obsah**, to sú konkrétne práva a povinnosti subjektov.

Osobnostné vzťahy môžeme definovať ako osobitný druh občianskoprávných vzťahov, v ktorých konkrétny, individuálne určený subjekt realizuje voči individuálne neurčenému počtu subjektov svoje oprávnenia spočívajúce v možnostiach, ktoré vyplývajú z právneho poriadku, čo najširšieho nakladania s vlastnou osobnosťou, resp. jej jednotlivými stránkami, pričom individuálne neurčenému počtu subjektov pripadá povinnosť nerušiť oprávneného vo výkone jeho práva, t. j. povinnosť rešpektovať subjektívne občianske osobnostné právo oprávneného. V opačnom prípade má oprávnený subjekt možnosť dovolať sa prostredníctvom zákonom ustanovených prostriedkov ochrany svojho práva prostredníctvom donucovacej moci štátu.⁶⁵

⁶⁵CIRÁK, J.: *Ochrana osobnosti v slovenskom občianskom práve*. Vydavateľské oddelenie Právnickej fakulty UK, Bratislava 1994, s. 52.

Ad a): Práva chránené ustanoveniami § 11 až 16 OZ prináležia zo zákona všeobecne každej fyzickej osobe. Preto na strane **oprávnených subjektov**, nositeľov všeobecného osobnostného práva, môžu vystupovať výlučne fyzické osoby. Na strane **povinných subjektov** osobnostných vzťahov môžu vystupovať fyzické aj právnické osoby.

V nasledujúcom výklade sústredíme pozornosť na oprávnené subjekty všeobecného osobnostného práva, teda na fyzické osoby. Pod pojmom fyzická osoba sa v občianskom práve rozumie človek ako ľudská bytosť bez ohľadu na jeho štátne občianstvo.

Nositeľom osobnosti, resp. jednotlivých hodnôt tvoriacich celistvosť osobnosti v jej fyzickej a morálnej jednote môže byť iba fyzická osoba. Preto iba fyzická osoba môže byť nositeľom – subjektom všeobecného osobnostného práva ako jednotného práva, resp. subjektom jednotlivých osobnostných práv. Všeobecné osobnostné právo, resp. v jeho rámci jednotlivé osobnostné práva nadobúda každá fyzická osoba ako individualita **okamihom narodenia, resp. počatia**. Narodením vzniká právna subjektivita fyzickej osoby, t. j. spôsobilosť fyzickej osoby mať práva a povinnosti. Túto spôsobilosť má aj počaté dieťa za predpokladu, že sa narodí živé (§ 7 ods. 1 OZ).

Všeobecné osobnostné právo, resp. v jeho rámci jednotlivé osobnostné práva patria každej fyzickej osobe počas celého života, pričom nerozhoduje, či sú na strane fyzickej osoby zároveň dané určité psychické predpoklady, t. j. konkrétne rozumová (rozpoznávacía) a vôľová (ovládacia) vyspelosť.

Predpokladom poskytnutia občianskoprávnej ochrany všeobecného osobnostného práva nie je, aby oprávnený subjekt mal zároveň spôsobilosť na právne úkony (§ 8 až 10 OZ). Pokiaľ však ide o prípustné dispozície so všeobecným osobnostným právom, ktoré majú povahu právnych úkonov, fyzická osoba ako subjekt tohto práva musí mať potrebnú spôsobilosť na právne úkony.

Všeobecné osobnostné právo ako jednotné právo je neoddeliteľne spojené s osobnosťou každej fyzickej osoby ako individuality. Každý ho musí rešpektovať a nikto nesmie doň protiprávne zasahovať. V prípade porušenia, resp. ohrozenia všeobecného osobnostného práva niekým iným, právo na jeho ochranu podľa § 11 až 16 OZ patrí vždy tej konkrétnej fyzickej osobe, do osobnosti ktorej smeroval neoprávnený zásah. Iba dotknutá fyzická osoba sa môže úspešne domáhať súdnej ochrany svojho subjektívneho osobnostného práva. Ak sa zásah súčasne dotkol osobnostných práv viacerých fyzických osôb, každá z postihnutých osôb má právo uplatňovať občianskoprávnu ochranu svojej osobnosti, avšak len vo vzťahu k nej samotnej.

Všeobecné osobnostné právo fyzickej osoby, ako právo rýdzo osobné, zaniká **smrťou fyzickej osoby**, a teda neprechádza na dedičov.

Slovenský právny poriadok však zabezpečuje občianskoprávnu ochranu osobnosti fyzickej osoby aj po jej smrti (ide o tzv. posmrtnú – postmortálnu ochranu). **Posmrtná ochrana osobnosti** fyzickej osoby jej príbuznými je zabezpečená ustanovením § 15 Občianskeho zákonníka. Toto ustanovenie tak zabezpečuje so zreteľom na požiadavku zachovania piety a pamiatky ochranu fyzickej osoby aj vtedy, ak už nie je nažive, a preto sa nemôže sama brániť. Z toho dôvodu priznáva Občiansky zákonník určitým taxatívne určeným osobám – manželovi, deťom, a ak ich niet, rodičom – zvláštne pôvodné (originálne) osobnostné právo na uplatnenie ochrany osobnosti zomretej fyzickej osoby. Výpočet osôb uvedených v § 15 OZ je taxatívny, takže ho nemožno rozšíriť na ďalšie osoby. Patrí len uvedeným subjektom, ich smrťou zaniká a neprechádza na dedičov alebo iných právnych nástupcov. Manžel i deti môžu svoje práva uplatniť samostatne bez súhlasu ostatných, alebo ich môžu uplatniť aj spoločne. Ak niet manžela ani detí, môžu svoje právo uplatniť rodičia spoločne, prípadne aj len jeden z rodičov. Nie je rozhodujúce, či sa stal neoprávnený zásah do osobnosti fyzickej osoby ešte za jej života alebo až po jej smrti.

Ak dôjde k úmrtiu fyzickej osoby, ktorá ešte sama za života uplatnila právo na ochranu osobnosti, súd konanie o jej návrhu zastaví. Osoby uvedené v ustanovení § 15 OZ musia samy podať svoj návrh na ochranu osobnosti zomretej fyzickej osoby podľa § 11 až 16 OZ.

Osobnostné právo osôb podľa § 15 OZ sa pre jeho osobnostnú povahu ani nepremlčuje, ani nezaniká preklúziou.

Obsah tohto špeciálneho originálneho práva je zhodný s obsahom práva, ktorý patril zomretej fyzickej osobe, preto osoby uvedené v § 15 OZ môžu na ochranu osobnosti zomretej fyzickej osoby použiť všetky právne prostriedky, ktoré vymedzuje § 13 OZ, teda aj žalobu na zadosťučinenie v peniazoch (tzv. peňažnú satisfakciu). Opak totiž nemožno vyvodiť zo žiadneho z ustanovení § 11 až 16 OZ.

Od práva na ochranu práv spätých s osobnosťou človeka treba odlíšiť právo na náhradu majetkovej ujmy – škody, ktorá bola fyzickej osobe spôsobená zároveň s neoprávneným zásahom do jej osobnosti. Toto právo – ako každé právo majetkovej povahy – prechádza smrťou fyzickej osoby na dedičov. Právo dedičov na náhradu škody sa premlčuje.

Ad b): Predmet (objekt) všeobecného osobnostného práva ako jednotného práva, resp. v jeho rámci predmet jednotlivých osobnostných práv (§ 11 OZ) tvorí osobnosť každej fyzickej osoby ako individuality, resp. jednotlivé hodnoty, tvoriace celistvosť osobnosti každej fyzickej osoby v jej fyzickej a morálnej jednote, s ktorými fyzická osoba nakladá voči ostatným

subjektom s rovnakým právnym postavením, konkrétne najmä život, zdravie a telo (telesná integrita), osobná sloboda v jej najrôznejších formách, česť, dôstojnosť a dobrá povesť, meno, podoba, slovné prejavy osobnej povahy a osobné súkromie (zahŕňajúce aj rodinný život).⁶⁶

Osobnosť fyzickej osoby, resp. jednotlivé hodnoty, ktoré tvoria integritu jej osobnosti vo fyzickej a morálnej jednote, sú pojmy dynamické. Rozvíjajú a menia sa v závislosti od mnohých činiteľov, ako sú najmä celkový priebeh života a životné podmienky fyzickej osoby, jej postavenie, ktoré v spoločnosti zaujíma, prírodné a spoločenské zmeny a potreby rôzneho druhu, rozvoj vedy a techniky, rozvoj kultúry, tradícií atď. V závislosti od toho sa rozvíjajú a menia aj obsah a rozsah všeobecného osobnostného práva, resp. v jeho rámci jednotlivých osobnostných práv.

Predmetom ochrany je osobnosť fyzickej osoby v jej celistvosti. Jednotlivé osobnostné práva sú preto chránené len vtedy, ak je napadnutá osobnosť fyzickej osoby ako celok.

Jednou z prvoradých hodnôt osobnosti fyzickej osoby ako celku, ktorej rešpektovanie musí občianske právo vo vzťahu k subjektom s rovnakým právnym postavením zabezpečovať, sú **život, zdravie** (aj psychické) a telo fyzickej osoby, teda **telesná integrita** a jej nedotknuteľnosť. Telesná integrita tvorí ako fyzický substrát integrálnu súčasť osobnosti fyzickej osoby ako individuality.

Ďalšou hodnotou osobnosti každej fyzickej osoby, ktorej ochranu musí občianske právo v právnych vzťahoch voči iným subjektom s rovnakým právnym postavením zabezpečovať, je **osobná sloboda** fyzickej osoby. Osobnú slobodu možno chápať ako stav, keď fyzická osoba má možnosť sama o sebe rozhodovať a konať a keď ju k určitému obmedzeniu v podobe iného jej konania môže donucovať iba zákon. Podmienkou realizácie osobnej slobody fyzickej osoby je aj jej rovnosť vo vzťahu k ostatným subjektom (fyzickým a právnickým osobám), t. j. mať práva a povinnosti rovnaké s ostatnými. Sloboda a rovnosť sú hodnoty osobnosti fyzickej osoby, ktoré spolu úzko súvisia. Z tohto dôvodu každé neoprávnené porušenie rovnosti možno zároveň považovať za neoprávnený zásah do osobnej slobody. Tak je každá fyzická osoba chránená v rámci osobnostného práva na osobnú slobodu i proti akejkoľvek forme neoprávnenej diskriminácie v dôsledku rasy, farby pleti, pohlavia, jazyka, náboženstva, národnostného pôvodu, politického presvedčenia, majetkového postavenia či iných okolností.

Ďalšou významnou hodnotou osobnosti každej fyzickej osoby ako individuality je jej **meno**. Predmetom práva na meno sú priezvisko, vlastné meno a tiež krycie meno (pseudonym). Meno patrí k významným prostriedkom individualizácie fyzických osôb a je jednou zo

⁶⁶KNAP, K., ŠVESTKA, J., JEHLIČKA, O., PAVLÍK, P., PLECITÝ, V.: *Ochrana osobnosti podle občanského práva*. Linde, Praha 1996, s. 115.

základných hodnôt osobnosti fyzickej osoby. Bez mena by sa fyzická osoba vôbec nemohla zúčastňovať spoločenského života. Meno vytvára predstavu o celkovej osobnosti fyzickej osoby ako individuality, takže sa zároveň stáva dôležitou zložkou jej celkového občianskoprávneho postavenia.

Ďalšou z významných hodnôt osobnosti každej fyzickej osoby ako individuality sú **občianska česť** a **ľudská dôstojnosť**. Dôstojnosť majú všetky fyzické osoby rovnakú nezávisle od svojho postavenia v spoločnosti. Naproti tomu česť fyzickej osoby je výrazom úcty, uznania a ocenenia, teda vážnosti konkrétnej fyzickej osoby, ktorú má pre svoje postoje a správanie u ostatných členov spoločnosti a ktorá ovplyvňuje posudzovanie jej postavenia a uplatňovania v spoločnosti.

Do oblasti zabezpečenia jednotlivých hodnôt osobnosti fyzickej osoby patria aj **ochrana podoby** fyzickej osoby a **ochrana prejavov osobnej povahy**. Pod podobou fyzickej osoby sa rozumejú jej charakteristické rysy, ktoré obrazom, kresbou, fotografiou, filmom alebo sochou a podobne znázorňujú jej individualizovaný telesný vzhľad, najmä tvár. To platí aj o ochrane hmotného zachytenia podoby fyzickej osoby na podobizni či na obrazovej snímke, či o ochrane slovného prejavu fyzickej osoby osobnej povahy zachyteného buď v osobných písomnostiach, alebo na zvukovom zázname.

Ďalšou významnou hodnotou osobnosti každej fyzickej osoby je osobné **súkromie**. Ochrana práva na osobné súkromie zahŕňa širokú ochranu intímnej sféry, vnútorného myšlienkového a citového života človeka, jeho život v rodine, v pomere k inej osobe, s ktorou je v úzkom citovom, priateľskom vzťahu a pod. Občianske právo musí s ohľadom na oprávnené individuálne záujmy fyzickej osoby i nevyhnutné spoločenské potreby zabezpečovať, aby fyzická osoba mala možnosť podľa svojho vlastného uváženia slobodne rozhodnúť či vôbec, resp. v akom rozsahu, v akej forme a akým spôsobom majú byť skutočnosti jej súkromného života sprístupnené iným subjektom.

Použitie občianskoprávnej úpravy podľa § 11 až 16 OZ môže vyvolať neoprávnené porušenie, resp. ohrozenie aj ďalších, v zákone výslovne neuvedených hodnôt osobnosti fyzickej osoby inými subjektmi s rovnakým právnym postavením.

Osobnosť každej fyzickej osoby ako individuality, resp. jednotlivé hodnoty osobnosti ako predmet všeobecného osobnostného práva treba odlišovať od hmotných substrátov. **Hmotné substráty** sú hmotné veci, na ktorých sú jednotlivé hodnoty osobnosti fyzickej osoby ako nehmotný – imateriálny obsah vyjadrené a zachytené. Hmotné substráty tvoria predmet vlastníckeho práva. Prípadná kolízia osobnostného práva a vlastníckeho práva sa rieši na základe vzájomnej hierarchie spoločenského významu a funkcie jednotlivých subjektívnych

práv. V prípade kolízie treba dať prednosť osobnostnému právu pred vlastníckym právom. Rovnako, t. j. aplikovanie princípu preferencie osobnostného práva, treba vychádzať pri kolízii všeobecného osobnostného práva fyzickej osoby a špecifických osobnostných práv (autorských či priemyselných práv).

Medzi subjektívnymi občianskymi právami sa v prípadoch vzájomnej kolízie jednotlivých práv vytvára podľa ich spoločenského významu a funkcie toto vzájomné hierarchické poradie: všeobecné osobnostné právo, resp. v jeho rámci jednotlivé osobnostné práva podľa § 11 až 16 OZ, ďalej špecifické osobnostné práva (označované ako práva duševného vlastníctva) a napokon vlastnícke právo k hmotnému substrátu, na ktorom je jednotlivá hodnota osobnosti fyzickej osoby vyjadrená a zachytená.

Ad c): Obsahom osobnostných vzťahov sú konkrétne **subjektívne práva a povinnosti subjektov**. Osobnostné práva sú subjektívnymi občianskymi právami absolútnej povahy. Absolútne práva definujeme ako práva, ktoré pôsobia proti všetkým (*erga omnes*). Oprávnený subjekt (fyzická osoba) pri absolútnom práve je vždy určitý, individuálne určený subjekt, ktorý je nositeľom oprávnenia (práva), pričom takto určenému subjektu zodpovedá povinnosť neurčitého počtu povinných subjektov (fyzických a právnických osôb) nerušiť oprávnený subjekt vo výkone jeho práva.

Porušením absolútneho práva vzniká relatívne právo. Pri relatívnom práve je oprávnený subjekt vždy určitý, individuálne určený subjekt, ktorému vždy zodpovedá povinnosť určitého, individuálne určeného povinného subjektu. Napríklad porušením, resp. ohrozením všeobecného osobnostného práva, ktoré má absolútnu povahu, vzniká nový právny vzťah, ktorého obsahom je relatívne právo spočívajúce v povinnosti odčiniť následky porušenia, resp. ohrozenia absolútneho všeobecného osobnostného práva.

V oblasti spoločenského života upravovaného občianskym právom vznikajú popri subjektívnych občianskych osobnostných právach **absolútnej povahy** v dôsledku novopristúpených právnych skutočností (právnych úkonov, vzniku zákonných licencií alebo neoprávnených zásahov) osobnostné vzťahy so subjektívnymi občianskymi osobnostnými právami **relatívnej povahy**. V občianskych osobnostných vzťahoch pôsobia subjektívne osobnostné práva individuálne určitých oprávnených fyzických osôb iba voči individuálne určitým povinným subjektom, t. j. konkrétne voči druhému subjektu právneho úkonu (najčastejšie dohody), voči pôvodcovi neoprávneného zásahu do osobnosti atď. Preto napr. ak zasiahne ktorýkoľvek z individuálne neurčitých subjektov (fyzická alebo právnická osoba) neoprávnené do subjektívneho občianskeho osobnostného práva absolútnej povahy inej fyzickej osoby, vznikne tejto konkrétnej fyzickej osobe ako oprávnenému subjektu právo

vzopriet' sa pôvodcovi neoprávneného zásahu za použitia všetkých zákonom stanovených prostriedkov na ochranu jeho osobnostného práva.⁶⁷ Napríklad ak študent Michal nepravdivo tvrdí o svojom spolužiakovi Braňovi, že kradol, Braňo môže na ochranu svojho práva na česť podať voči Michalovi žalobu na ochranu osobnosti na súd.

3.2.5. Obmedzenie osobnostných práv

K dovoľeným zásahom do všeobecného osobnostného práva, resp. v jeho rámci do jednotlivých osobnostných práv fyzickej osoby, a tým aj k jeho obmedzeniu môže dôjsť v podstate len:

- a) **z vôle dotknutej fyzickej osoby**, t. j. na základe jej súhlasu ako prejavu dispozičnej autonómie, ktorá sa v oblasti občianskoprávných vzťahov uplatňuje, avšak len vtedy, ak ide o osobnostné právo, ktorým možno disponovať, alebo
- b) **v prípadoch stanovených zákonmi**, predovšetkým Občianskym zákonníkom, prípadne inými zákonmi.

Ad a): K obmedzeniu všeobecného osobnostného práva fyzickej osoby môže dôjsť vtedy, keď fyzická osoba vyslovila so zásahom do svojej osobnosti, resp. do niektorej z jednotlivých hodnôt jej osobnosti súhlas. V zmysle § 12 ods.1 OZ sa i na vyhotovenie alebo použitie písomností osobnej povahy, podobizní, obrazových snímok a obrazových a zvukových záznamov zásadne vyžaduje privolenie fyzickej osoby, ktorej sa to týka.

Súhlas (privolenie) fyzickej osoby je právnym úkonom – prejavom vôle smerujúcim najmä k vzniku, zmene alebo zániku tých práv alebo povinností, ktoré právne predpisy s takýmto prejavom spájajú (§ 34 OZ), ktorým fyzická osoba realizuje svoje dispozičné oprávnenie ako súčasť obsahu všeobecného osobnostného práva. Preto je súhlas fyzickej osoby potrebné posudzovať podľa všeobecných zásad platných v Občianskom zákonníku pre právne úkony s prihliadnutím na to, že fyzická osoba týmto právnym úkonom disponuje svojou osobnosťou, resp. jednotlivými hodnotami svojej osobnosti.

Základným predpokladom platného udelenia súhlasu fyzickej osoby so zásahom do svojej osobnosti, resp. do jednotlivých hodnôt svojej osobnosti je spôsobilosť fyzickej osoby na právne úkony (§ 8 až 10 OZ). Prejav vôle musí byť slobodný, vážny, zrozumiteľný, určitý (§ 37 OZ), bez omylu (§ 49a OZ), nesmie byť urobený v tiesni za nápadne nevýhodných

⁶⁷Tamže, s. 79.

podmienok (§ 49 OZ). Súhlas fyzickej osoby nesmie byť v rozpore so zákonom, nesmie zákon obchádzať a nesmie sa ani priečiť dobrým mravom (§ 39 OZ).

Forma súhlasu nie je predpísaná. Môže sa urobiť ústne, písomne alebo konkludentne, pričom nesmie vzniknúť nijaká pochybnosť o tom, čo vlastne fyzická osoba chcela prejaviť (§ 35 ods. 1 OZ). Sú však určité, zákonom upravené prípady, keď je forma právneho úkonu ustanovená.

Súhlas dotknutej fyzickej osoby je potrebné vzhľadom na povahu veci vykladať vždy reštriktívne. Súhlas na využitie osobnostnej hodnoty možno vzťahovať len na dispozície, ktoré sú fyzickej osobe z hľadiska spôsobu, účelu a rozsahu využitia známe v čase udelenia súhlasu. Iný spôsob alebo využitie nad rámec dohodnutého rozsahu alebo účelu by boli neoprávnené. Pri súhlase fyzickej osoby má svoj význam faktor časový, vecný i miestny.

Raz daný súhlas môže fyzická osoba dodatočne kedykoľvek a bez akéhokoľvek odôvodnenia odvolať, a to aj v prípade, že sa pri poskytovaní súhlasu zaviazala, že ho neskôr neodvolá. K odvolaniu musí dôjsť ešte pred vykonaním príslušného zásahu do osobnostného práva.

Platne udelený súhlas fyzickej osoby so zásahom do všeobecného osobnostného práva vylučuje neoprávnenosť zásahu. O prípad platne udeleného súhlasu pôjde, keď fyzická osoba dá v súlade so svojím dispozičným oprávnením súhlas na fotografické alebo iné zobrazenie svojej podoby či na využitie svojej podobizne na marketingové účely, na využitie, a tým aj sprístupnenie niektorých skutočností zo svojho osobného súkromia vo forme tvorivého spracovania v románe, vo filme, na použitie mena na reklamné účely, na zaznamenanie svojho hlasu na CD atď.⁶⁸

Dispozičná autonómia fyzických osôb so svojím všeobecným osobnostným právom má určité hranice. Fyzické osoby sú tak chránené nielen pred neoprávnenými zásahmi zo strany ostatných fyzických a právnických osôb s rovnakým právnym postavením, ale za určitých okolností aj samy pred sebou. Súhlas fyzickej osoby v zmysle platného súhlasu možno udeliť len vtedy, keď ide o osobnostnú hodnotu, ktorá takúto dispozíciu pripúšťa, t. j., právny záujem spoločnosti na ochrane fyzickej a morálnej integrity fyzickej osoby neprevažuje nad prejavenu vôľou fyzickej osoby. V opačnom prípade by išlo o neoprávnenú dispozíciu so všetkými negatívnymi zodpovednosťami (občianskoprávnymi, príp. i trestnoprávnymi či správnoprávnymi) dôsledkami voči tomu, kto za týchto okolností zasiahol do hodnoty osobnosti fyzickej osoby, a to napriek jej súhlasu. Nemožno napr. uznať za platný súhlas

⁶⁸VETERNÍKOVÁ, M.: Právna ochrana osobnosti. Bratislava: Procom, 2003, s. 45.

fyzickej osoby s odňatím takého telesného orgánu, ktorý je nevyhnutný pre jej ďalší život, pretože to priamo ohrozuje jej zdravotný stav. Aj v tejto oblasti sa uplatňuje všeobecná ústavnoprávna zásada, podľa ktorej je fyzickej osobe dovolené všetko, čo nie je zákonom zakázané.

Ad b): Za určitých výnimočných okolností je podľa Občianskeho zákonníka všeobecné osobnostné právo fyzickej osoby obmedzené zákonom bez ohľadu na súhlas dotknutej fyzickej osoby, Týka sa to určitých hodnôt jej osobnosti, konkrétne písomností osobnej povahy, podobizní, obrazových snímok alebo zvukových záznamov týkajúcich sa fyzickej osoby či jej prejavov. Ide o prípady tzv. zákonných licencií. **Zákonná licencia** sa chápe ako privolenie zákona na to, aby v ňom uvedené subjekty použili konkrétne prejavy osobnosti na stanovené účely aj bez toho, aby museli žiadať o privolenie oprávnené subjekty.

Občiansky zákonník ustanovil tri zákonné licencie, ktoré so zreteľom na povahu a zameranie možno rozdeliť na dve skupiny.

Prvú skupinu zákonných licencií tvorí **licencia na úradné účely** na základe zákona (§ 12 ods. 2 OZ). Podľa nej môžu byť písomnosti osobnej povahy, podobizne, obrazové snímky alebo zvukové záznamy, ktoré sa týkajú určitej fyzickej osoby alebo jej prejavov osobnej povahy, použité aj bez jej súhlasu na úradné účely, a to na základe osobitného zákona. Môže to byť administratívny alebo trestnoprávny predpis dovoľujúci, aby sa napr. podobizeň použila pri identifikácii, pátraní a pod. Licencia na úradné účely nahrádza v prípade osobných písomností a zvukových záznamov nielen súhlas dotknutej fyzickej osoby, ale aj súhlas tretích osôb, ktorých osobnostné právo by bolo použitím prípadne tiež dotknuté. Licencia na úradné účely sa vzťahuje iba na výslovne uvedené hodnoty osobnosti fyzickej osoby.

Zákonná licencia ustanovená na úradné účely je jednak širšia, než sú licencie druhej skupiny, pretože sa na rozdiel od nich vzťahuje aj na písomnosti osobnej povahy, jednak užšia, pretože jej využitie prichádza do úvahy iba na základe zákona. Použitie hmotných substrátov musí mať vždy bezprostredný, vecný vzťah k predmetu úradného konania a k jeho účelu. Obsah, prípadne účel príslušných ustanovení zákona budú rozhodujúce aj pri riešení otázky, či sa tento druh zákonnej licencie v konkrétnom prípade vzťahuje len na použitie písomností osobnej povahy, podobizní, obrazových snímok a zvukových záznamov už existujúcich, teda už zhotovených (tzv. užšia úradná licencia), alebo či skúmaná zákonná licencia má širší rozsah (tzv. širšia úradná licencia), oprávňujúca aj na zhotovenie podobizní, obrazových snímok či zvukových záznamov.

Druhá skupina zákonných licencií je ustanovená v § 12 ods. 3 OZ. Podľa citovaného ustanovenia možno podobizne, obrazové snímky a zvukové záznamy (ale nie písomnosti

osobnej povahy, ktoré sú pre svoj intímny charakter z výnimiek ustanovených v § 12 ods. 3 OZ vyňaté), použiť aj bez súhlasu fyzickej osoby na vedecké a umelecké účely (tzv. vedecká a umelecká licencia), ako aj pre tlačové, filmové, rozhlasové a televízne spravodajstvo vykonávané prostredníctvom hromadných informačných prostriedkov (tzv. spravodajská licencia).

Táto skupina licencií nepredpokladá existenciu osobitného zákona, je založená výlučne na § 12 ods. 3 OZ.

Tzv. **vedeckú a umeleckú licenciu** možno použiť pri už existujúcich podobizniach, obrazových snímkach a zvukových záznamoch. Z tohto dôvodu nemožno podobizne, obrazové snímky a zvukové záznamy pre ich použitie na vedecké a umelecké účely aj zhotoviť.

V **spravodajskej licencií** je situácia iná. Spravodajstvo bez zachytenia všetkého, čo je jeho predmetom, t. j. bez súčasného zhotovenia podobizne, obrazovej snímky či zvukového záznamu, by v mnohých prípadoch nebolo vôbec možné. To platí len za predpokladu, že ide skutočne o spravodajstvo v zmysle § 12 ods. 3 OZ, t. j. o sprostredkovanie, či už formou informácie alebo kritiky, aktuálnych udalostí verejného záujmu, ktoré sa stali vo vlastnom štáte či v zahraničí, pričom spoločnosť má o sprostredkovanie oprávnený záujem. Len vtedy je totiž pri konflikte (kolízii) záujmov odôvodnená priorita verejného záujmu nad záujmom fyzickej osoby ako subjektu všeobecného osobnostného práva.⁶⁹

3.3. SANKCIE ZA PORUŠENIE, RESP. OHROZENIE VŠEOBECNÉHO OSOBNOSTNÉHO PRÁVA

3.3.1. Druhy sankcií za porušenie, resp. ohrozenie všeobecného osobnostného práva

Prvoradou požiadavkou právnej úpravy ochrany osobnosti je chrániť osobnosť fyzickej osoby pred neoprávnenými zásahmi smerujúcimi k narušeniu, resp. ohrozeniu fyzickej a morálnej integrity osobnosti fyzickej osoby. Predpokladom účinnej právnej ochrany je, aby pre pôvodcu neoprávneného zásahu, ktorý zaň nesie zodpovednosť, vplynuli nepriaznivé právne následky vo forme špeciálnych občianskoprávných sankcií. Sankcia je súčasťou normy občianskeho práva, ktorá ustanovuje, aké právne následky nastanú, ak sa porušia občianskoprávna povinnosť alebo oprávnenie (t. j. vlastné pravidlo správania) vyplývajúce z dispozície právnej normy a za podmienok stanovených v jej hypotéze. Špeciálne

⁶⁹KNAP, K., ŠVESTKA, J., JEHLIČKA, O., PAVLÍK, P., PLECITÝ, V.: *Ochrana osobnosti podľa občianskeho práva*. Praha: Linde, 1996, s. 98-100.

občianskoprávne sankcie, ktoré vychádzajú z povahy osobnostného práva, môžu podľa okolností konkrétneho prípadu spočívať buď v novej povinnosti pôvodcu neoprávneného zásahu upustiť od tohto zásahu, alebo v novej povinnosti odstrániť následky neoprávneného zásahu, alebo v novej povinnosti poskytnúť primerané zadost'učinenie. Preto môžeme hovoriť tiež o sankčných povinnostiach vyplývajúcich z noriem občianskeho práva.

Z uvedeného ponímania vychádza aj platný Občiansky zákonník, ktorý zakotvuje v rámci všeobecnej úpravy (generálnej klauzuly) všeobecného osobnostného práva fyzických osôb aj **špeciálne občianskoprávne sankcie** nemajetkovej i majetkovej povahy za ujmu, spočívajúcu v porušení, resp. ohrození osobnosti fyzickej osoby (§ 13 a 16 OZ).

Neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby môže dôjsť k vzniku:

- a) **nemajetkovej** (nehmotnej, imateriálnej, ideálnej, morálnej) **ujmy**, t. j. ujmy, ktorá sa nedá vyjadriť v peniazoch,
- b) **majetkovej** (hmotnej, materiálnej) **ujmy – škody**, ktorá sa bezprostredne premieta do majetkovej sféry poškodeného a je vyjadriteľná v peniazoch.

Ad a): Tam, kde v dôsledku neoprávneného zásahu do osobnosti fyzickej osoby došlo k jej porušeniu, resp. ohrozeniu, teda k vzniku nemajetkovej ujmy, vznikajú pre pôvodcu neoprávneného zásahu občianskoprávne sankcie za nemajetkovú ujmu (§ 13 OZ). Dostatočným dôvodom vzniku týchto občianskoprávných sankcií podľa § 13 OZ je už sám vznik nemajetkovej ujmy na osobnosti fyzickej osoby, spočívajúci buď v porušení, alebo v ohrození tejto osobnosti.

Funkcia občianskoprávných sankcií spočíva v pôsobení na pôvodcu neoprávneného zásahu tak, aby podľa okolností konkrétneho prípadu buď:

- **sa zdržal** ďalších **neoprávnených zásahov** (preventívna funkcia), alebo
- **odstránil následky neoprávnených zásahov** (reštitučná funkcia), alebo
- **poskytol** postihnutému **primerané zadost'učinenie** – satisfakciu (satisfakčná funkcia).

Sankcie za nemajetkovú ujmu vzniknutú neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom sú založené na objektívnom princípe, t. j., vznikajú bez zreteľa na zavinenie pôvodcu neoprávneného zásahu. Na strane pôvodcu neoprávneného zásahu sa preto nevyžaduje ani existencia priameho či nepriameho úmyslu, ani vedomej či nevedomej nedbanlivosti. Týmto prísnejším objektívnym princípom sa občianskoprávne sankcie podľa § 13 OZ zásadne odlišujú od trestnoprávných, resp. administratívno-právných sankcií, pri ktorých je nevyhnutným predpokladom úspešného poskytnutia právnej ochrany, aby k neoprávnenému zásahu do osobnosti fyzickej osoby došlo zavinené (úmyselne alebo z nedbanlivosti).

Ad b): Ak neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom došlo k vzniku majetkovej ujmy – škody, vznikajú popri prípadných občianskoprávných sankciách za nemajetkovú ujmu (§ 13 OZ) zároveň občianskoprávne sankcie za škodu (§ 16 OZ). Vznik, rozsah a spôsob náhrady škody upravujú ustanovenia OZ o zodpovednosti za škodu (§ 415 až 450 OZ), na ktoré § 16 OZ výslovne odkazuje.

Funkcia občianskoprávnej sankcie za vzniknutú škodu spočíva predovšetkým v pôsobení na pôvodcu neoprávneného zásahu, resp. zodpovedný subjekt tak, aby napravil spôsobenú majetkovú ujmu buď **peňažnou náhradou** (tzv. relatívnu reštitúciou), alebo ak to žiada poškodený a ak je to možné a účelné **uvedením do pôvodného stavu** (tzv. naturálna reštitúcia). Cieľom tejto nápravy je vyrovnať porušenú majetkovú rovnováhu a zároveň preventívno-výchovne pôsobiť na všetky tretie osoby.

Sankcia za škodu spôsobenú neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom podľa § 16 OZ je na rozdiel od občianskoprávných sankcií podľa § 13 OZ vybudovaná na princípe predpokladaného (presumpovaného) zavinenia. Znamená to, že zavinenie škodcu sa predpokladá, poškodený ho nemusí v súdnom konaní preukazovať.

V prípade, že neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom škoda ešte nevznikla, ale iba hrozí, prichádza do úvahy ako prostriedok občianskoprávnej ochrany ohrozeného jeho postup podľa § 417 OZ v podobe **zakročovacej prevenčnej povinnosti**.

3.3.2. Podmienky vzniku občianskoprávných sankcií podľa § 13 a 16 OZ

Aby vznikli **občianskoprávne sankcie za nemajetkovú ujmu spôsobenú neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby** podľa § 13 OZ, musia byť splnené tieto hmotnoprávne podmienky:

- a) **existencia zásahu** (protiprávneho úkonu), ktorý je objektívne spôsobilý vyvolať nemajetkovú ujmu spočívajúcu buď v porušení, alebo ohrození osobnosti fyzickej osoby v jej fyzickej a morálnej jednote (integrite),
- b) **neoprávnenosť (protiprávnosť)** tohto zásahu,
- c) existencia **príčinnej súvislosti medzi protiprávnym úkonom (zásahom) a nemajetkovou ujmu**.

Ad a): Základnou hmotnoprávnou podmienkou vzniku občianskoprávných sankcií podľa § 13 OZ je, aby **zásah bol objektívne spôsobilý vyvolať nemajetkovú ujmu**,

spočívajúcu buď v **porušení**, alebo v **ohrození osobnosti fyzickej osoby** v jej fyzickej a morálnej jednote. To znamená, že postačí, aby zásah, ktorý je objektívne spôsobilý vyvolať ujmu, spočíval iba v ohrození osobnosti fyzickej osoby.

Či už však ujma vyvolaná neoprávneným zásahom spočíva len v ohrození, alebo už v porušení osobnosti fyzickej osoby, musí ísť svojou povahou vždy o nemajetkovú ujmu. To znamená, že musí ísť vždy o ujmu, ktorá sa nepremieta bezprostredne do majetkovej sféry postihnutej fyzickej osoby, takže ju nemožno presne vyjadriť a vyčíslieť v peniazoch. To však ešte neznamená, že by sa aj tu nemohla uplatniť satisfakčná funkcia peňazí.

Ad b): Občianskoprávna ochrana osobnosti fyzickej osoby podľa § 13 OZ prichádza do úvahy iba pri tých zásahoch do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom, ktoré možno klasifikovať ako neoprávnené (protiprávne).

Neoprávneným zásahom je taký zásah (správanie aktívne či pasívne, t. j. opomenutie) do osobnosti fyzickej osoby, ktorý je v rozpore s objektívnym právom, t. j. s právnym poriadkom. Napríklad neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby by bolo, ak by niekto odpočúval telefonáty iného, čítal jeho korešpondenciu, fotografoval ho bez jeho súhlasu atď. Neoprávneným zásahom môže byť aj pravdivé tvrdenie o určitej fyzickej osobe týkajúce sa jej osobného súkromia (intímnej sféry).

K neoprávnenému zásahu do osobnosti fyzickej osoby môže dôjsť ústne (napr. fyzická osoba sa dotkla cti inej fyzickej osoby rozširovaním nepravdivých a jej vážnosť znižujúcich správ), písomne (napr. zaslaním listu znevažujúceho obsahu, uverejnením znevažujúcich údajov o inej fyzickej osobe na verejnej tabuli, v tlači, knihe a pod.) alebo iným správaním (napr. posunkom, gestom, príp. iným urážlivým správaním). Pre klasifikáciu zásahu ako neoprávneného nie je určujúce, akým spôsobom, resp. prostriedkom k nemu došlo. Sám spôsob však nie je bez významu pri určovaní formy satisfakcie.

V niektorých prípadoch však o neoprávnený zásah do osobnosti fyzickej osoby nepôjde, aj keby sa zásah ako odporujúci objektívnemu právu zdanlivo javil. V právnej teórii i súdnej praxi sa hovorí o **okolnostiach vylučujúcich protiprávnosť**. Takéto okolnosti ospravedlňujú porušenie, resp. ohrozenie osobnosti fyzickej osoby už tým, že sú zakotvené priamo v právnych normách, prípadne z nich vyplývajú, čo sa dá zistiť v konkrétnom prípade výkladom.

O neoprávnený zásah nejde zásadne tam, kde **dotknutá fyzická osoba dala súhlas na zásah** do svojej osobnosti, resp. do jednotlivéj hodnoty tvoriacej jej osobnosť vo fyzickej a morálnej jednote. Podmienkou relevantného súhlasu na zásah je, aby išlo o také osobnostné právo, ktorým môže táto osoba disponovať, aspoň v hraniciach, ktoré neprekračujú spoločenský záujem o poskytovanie právnej ochrany aj proti vôli dotknutej fyzickej osoby.

Súhlas dotknutej fyzickej osoby bude väčšinou udelený výslovne (ústne alebo písomne). Môže však byť udelený aj konkludentne, ak podľa okolností a povahy konkrétneho prípadu nemôžu byť pochybnosti o tom, čo chcela dotknutá fyzická osoba svojím súhlasom vyjadriť (§ 35 ods. 1 OZ). Súhlas, ktorý má formu právneho úkonu, musí byť udelený fyzickou osobou spôsobilou na právne úkony (§ 8 až 10 OZ) a aj inak musí spĺňať všetky náležitosti požadované Občianskym zákonníkom pre platnosť právnych úkonov (§ 37, 39, 49, 49a OZ).

Súhlas dotknutej fyzickej osoby musí byť udelený najneskôr do uskutočnenia zásahu do osobnosti fyzickej osoby, pretože inak by uskutočnený zásah bol neoprávnený. Ani dodatočne udelený súhlas dotknutou fyzickou osobou nemôže odstrániť objektívne vzniknutú a existujúcu neoprávnenosť uskutočneného zásahu. Raz daný súhlas fyzickej osoby na zásah do jej osobnosti je kedykoľvek bez odôvodnenia odvolateľný.

O neoprávnený zásah do osobnosti fyzickej osoby nepôjde ani tam, kde je tento zásah výslovne dovolený zákonom. Sem patria prípady tzv. **zákonných licencií**, ktoré sú výslovne zakotvené v § 12 ods. 2 a 3 OZ, ako aj prípady upravené inými zákonmi.

V týchto prípadoch ide o situácie, keď nad individuálnymi záujmami jednotlivých fyzických osôb, do osobnosti ktorých sa zasahuje, prevláda závažnejší, významnejší a funkčne vyšší verejný záujem, ktorý sa v stanovených prípadoch stal už natoľko vyhraný, že ho bolo možné zovšeobecniť v príslušných ustanoveniach zákona.

Za neoprávnený sa nebude považovať ani zásah do osobnosti fyzickej osoby, ktorý sa realizuje v rámci **výkonu subjektívneho práva** stanoveného zákonom, prípadne v rámci **plnenia zákonom uloženej povinnosti**.

Ide o celú škálu prípadov výkonu subjektívnych práv a plnenia právnych povinností, ako sú napr. výkon práva kritiky (čl. 24 Ústavy), svojpomoc (§ 6 OZ), osobitne odvrátenie škody (§ 417 OZ), nutná obrana (§ 418 ods. 1 OZ), krajná núdza (§ 418 ods. 2 OZ), výkon práv spočívajúci v uvedení skutkových tvrdení v súdnom alebo správnom konaní buď účastníkom konania, príp. svedkom, alebo znalcom, trestné, prípadne iné oznámenia o skutočnostiach, ktoré sú podané oprávneným orgánom, v rámci zákonom stanovenej povinnosti alebo práva, obhajoba práv a oprávnených záujmov svojich klientov advokátom a pod.

Aj keď k zásahu do osobnosti fyzickej osoby došlo na základe jej súhlasu, na základe zákona, prípadne v rámci plnenia zákonom uloženej právnej povinnosti, je uskutočnený zásah oprávnený iba vtedy, ak sa stal primeraným spôsobom a zároveň ak nie je v rozpore s takými oprávnenými záujmami fyzickej osoby, ktoré treba bezpodmienečne rešpektovať.

Skúmanie týchto podmienok má svoj význam najmä pre určenie oprávnenosti či neoprávnenosti v prípade **výkonu práva kritiky**. Právom prípustná (oprávnená) kritika

predpokladá, že pri nej nie sú prekročené medze vecnej a konkrétnej kritiky a že je primeraná obsahom aj formou, nevybočuje z medzí nutných na dosiahnutie sledovaného a zároveň spoločensky uznávaného účelu. Za vecnú kritiku možno považovať takú, ktorá vychádza z pravdivých podkladov a z nich odvodzuje hodnotiace závery. Konkrétne je kritika, ktorej podkladom sú konkrétne uvedené skutočnosti, nie všeobecné úsudky.

Ad c): Ďalšou podmienkou vzniku občianskoprávných sankcií podľa § 13 OZ je príčinná súvislosť medzi neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby objektívne spôsobilým vyvolať nemajetkovú ujmu, spočívajúcu buď v porušení, alebo v ohrození osobnosti fyzickej osoby, a vznikom tejto nemajetkovej ujmy. Fyzická či právnická osoba môžu byť zodpovednými iba vtedy, keď protiprávny úkon imateriálnu ujmu skutočne spôsobil.

Hmotnoprávne podmienky občianskoprávnej sankcie za majetkovú ujmu – škodu vzniknutú neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby sú totožné so všeobecnými predpokladmi podľa ustanovení § 420 a 421 OZ. To znamená, že popri protiprávnom úkone, škode ako majetkovej ujme vyjadriteľnej v peniazoch a príčinnej súvislosti sa k vzniku všeobecnej občianskoprávnej zodpovednosti za škodu vyžaduje **zavinenie vo forme úmyslu alebo nedbanlivosti**. Zavinenie sa tu predpokladá (prezumpuje).

V porovnaní s podmienkami zakladajúcimi občianskoprávnu zodpovednosť za nemajetkovú ujmu podľa § 13 OZ je zrejmé, že pri občianskoprávnej zodpovednosti za škodu sa uplatňujú prísnejšie podmienky vzniku.

3.3.3. Zbavenie sa občianskoprávných sankcií podľa § 13 a 16 OZ

Aj v súvislosti so zbavením sa občianskoprávných sankcií za ujmu spôsobenú neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom je potrebné rozlišovať:

- a) **nemajetkovú ujmu** a
- b) **majetkovú ujmu** – škodu.

Ad a): Občianskoprávne sankcie za nemajetkovú ujmu spôsobenú v príčinnej súvislosti s neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom (§ 13 OZ) sú založené na objektívnom princípe, t. j., vznikajú bez zreteľa na zavinenie pôvodcu neoprávneného zásahu. Kto sa neoprávneného zásahu dopustil, nemôže sa zbaviť zodpovednosti dôkazom, že bol v omyle (tzv. dôkazom ospravedlniteľného omylu). Príkladom takého dôkazu je, že pôvodca neoprávneného zásahu do osobnosti fyzickej osoby konal **v dobrej viere**, t. j., že podľa okolností konkrétneho prípadu mohol nepravdivé znevažujúce

skutkové tvrdenia, ktoré uviedol o inej fyzickej osobe, považovať za pravdivé. Existencia dobrej viery môže vylúčiť iba zavinenie pôvodcu neoprávneného zásahu, ale nie objektívne existujúcu neoprávnenosť zásahu, ako dostatočný dôvod pre vznik zodpovednosti podľa § 13 OZ. Vzniknutá nemajetková ujma na osobnosti postihnutej fyzickej osoby je pre túto osobu rovnako závažná bez ohľadu na to, či pôvodca neoprávneného zásahu konal zavinené či nezavinené.

Ak je neoprávneným zásahom (okrem výnimočných prípadov) uvedenie pravdivých znevažujúcich tvrdení alebo obvinení, potom zásah nebol spravidla neoprávnený. Uvádzanie pravdivých skutočností je v súlade s verejným záujmom. Vo veciach ochrany osobnosti preto treba zásadne pripustiť **dôkaz pravdy**. Ak bol dôkaz pravdy vykonaný iba s ohľadom na niektoré znevažujúce tvrdenia, nebude pôvodca neoprávneného zásahu zodpovedať iba za tieto tvrdenia (tzv. čiastočný dôkaz pravdy).

Dôkaz pravdy je vylúčený v kritike, ktorá má vždy subjektívnu povahu. Ochrana dôkazom pravdy nie je možná ani vtedy, ak ide o zásahy do intímnej sféry fyzickej osoby, lebo tu je aj pravde zodpovedajúci zásah neoprávneným zásahom. Intímna sféra osobnosti fyzickej osoby je totiž zásadne chránená aj proti prejavom, ktoré sú pravdivé. Predsa však by bolo treba brať do úvahy, že dotknutá fyzická osoba sama vlastným správaním určitú skutočnosť z chránenej sféry intímneho života vylúčila, napr. svojím správaním na miestach, kde možno predpokladať prítomnosť iných osôb, takže sa zbavila možnosti úspešne žalovať, ak by potom za tejto situácie bol niekto o týchto pravdivých skutočnostiach hovoril.⁷⁰

Ad b): V prípadoch, keď neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom fyzickej osoby došlo zároveň k vzniku majetkovej ujmy – škody, sa môže pôvodca neoprávneného zásahu s úspechom zbaviť zodpovednosti za škodu vtedy, ak preukáže, že spôsobenú škodu nezavinil (tzv. **vyvinenie – exkulpácia**).

3.3.4. Subjekty občianskoprávných sankcií podľa § 13 a 16 OZ

Subjektmi neoprávneného zásahu do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom fyzickej osoby, a teda aj subjektmi, ktoré za tento zásah postihujú sankcie podľa § 13 a 16 OZ, môžu byť:

- a) **fyzické osoby,**
- b) **právnické osoby.**

⁷⁰Pozri Zborník stanovísk, správ o rozhodnutí súdov a súdnych rozhodnutí najvyšších súdov (ČSSR, ČSR a SSR) č. III. SEVT, Praha 1980, s. 195 – 196.

Ad a): Ak je pôvodcom neoprávneného zásahu fyzická osoba, zákon nevyžaduje, aby boli splnené aj subjektívne predpoklady, t. j. konkrétne zavinenie, či už vo forme úmyslu, alebo nedbanlivosti. Subjektom postihnutým sankciami podľa § 13 OZ môžu byť aj nepľnoletá fyzická osoba, aj fyzická osoba, ktorá je zbavená spôsobilosti na právne úkony, resp. ktorej spôsobilosť na právne úkony je obmedzená. Uvedené osoby však musia byť v súdnom konaní o občianskoprávnej ochrane osobnosti zastúpené zákonným zástupcom.

Pokiaľ by však neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom bola zároveň spôsobená majetková škoda – ujma, bolo by na založenie sankcie – zodpovednosti za spôsobenú škodu podľa § 420 OZ potrebné, aby u pôvodcu takého neoprávneného zásahu bolo zároveň dané zavinenie (§ 422 OZ).

Ad b): Ak bol neoprávnený zásah do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom spôsobený konaním fyzických osôb, ktoré v mene právnickej osoby plnili úlohy tejto právnickej osoby, postihujú sankcie podľa § 13 OZ samotnú právnickú osobu ako subjekt zodpovednosti. Zodpovednosť osôb, ktoré konali v mene právnickej osoby (napr. jej zamestnancov, členov), sa obmedzuje na ich zodpovednosť voči právnickej osobe v ich tzv. vnútornom vzťahu, ktorý sa spravidla reguluje pracovnoprávnymi predpismi.

3.4. PRÁVNE PROSTRIEDKY OCHRANY PODĽA § 13 A 16 OZ

Rozlišujeme dve skupiny prostriedkov občianskoprávnej ochrany všeobecného osobnostného práva:

- a) **všeobecné** a
- b) **špecifické**.

Ad a): Do prvej skupiny všeobecných prostriedkov občianskoprávnej ochrany všeobecného osobnostného práva možno zaradiť:

1. **svojpomoc** podľa § 6 OZ,
2. **ochranu poskytovanú podľa § 417 a 418 OZ,**
3. **ochranu poskytovanú obcou** podľa § 5 OZ,
4. **súdnu (petitórnu) ochranu**, a to:
 - (i) ochranu poskytovanú súdom pred začatím konania,
 - (ii) ochranu poskytovanú prostredníctvom neodkladných opatrení,
 - (iii) ochranu poskytovanú prostredníctvom iných žalôb,
 - (iv) ochranu prostredníctvom žaloby na náhradu škody.

Ad 1.: Ustanovenie § 6 OZ stanovuje, že v prípade ak bezprostredne hrozí neoprávnený zásah do práva (do akéhokoľvek subjektívneho občianskeho práva, teda aj do všeobecného osobnostného práva), môže ten, kto je takto ohrozený, sám primeraným spôsobom zásah odvrátiť. Podmienky dovoleného svojpomocného konania sú presne ustanovené a treba ich dodržať. Svojpomocné chránenie práva samotným subjektom je výnimkou zo zásady, že v prípade ohrozenia alebo porušenia práva možno sa domáhať ochrany na povolanom orgáne, najmä na súde (§ 4 OZ).

Ad 2.: Popri všeobecnej úprave svojpomoci v § 6 OZ sú v Občianskom zákonníku upravené krajná núdza (§ 418 ods. 1 OZ) a nutná obrana (§ 418 ods. 2 OZ), ktoré majú obdobnú povahu. V tejto súvislosti možno poukázať aj na ustanovenie § 417 ods. 1 OZ, ktoré vyžaduje, aby ten, komu škoda hrozí, zakročil na jej odvrátenie spôsobom primeraným okolnostiam ohrozenia. Ustanovenia § 417 a 418 OZ majú špeciálne preventívnu povahu.⁷¹

Ad 3.: Podľa § 5 OZ platí, že v prípade, ak bol pokojný stav narušený zrejým zásahom do práva, možno sa domáhať ochrany na obci. Obec na návrh poskytuje predbežnú právnu ochranu najmä v prípadoch, keď zrejmy zásah do pokojného stavu trvá alebo keď hrozí nebezpečenstvo jeho opakovania. Majú sa ňou urýchlene zabezpečiť poriadok a pokoj pred zasahovaním do faktického pokojného stavu. Sporné právne otázky obec nerieši.

Právna ochrana poskytnutá obcou môže spočívať v zákaze rušiteľovi zasahovať do existujúceho pokojného stavu, prípadne v odstránení vadného alebo obnovení predošlého stavu. Príslušnosť obce je daná miestom, kde došlo k zásahu.

Spornú právnu otázku medzi účastníkmi právneho vzťahu môže v konečnom dôsledku vyriešiť na návrh až súd, pričom nie je viazaný rozhodnutím obce. Len čo súd v predmetnej veci právoplatne rozhodne, stratí vydané rozhodnutie obce právnu účinnosť.

Ad 4. (i): Pri zabezpečení ochrany osobnosti fyzickej osoby v zmysle § 11 až 16 OZ prichádza do úvahy aj uzavretie zmiery. Právny rámec uzavretia zmiery je upravený v § 148 CSP. Uzavretý zmier medzi žalobcom a žalovaným musí schváliť súd. Pri rozhodovaní o schválení zmiery súd skúma, či zmier nie je v rozpore so všeobecne záväznými právnymi predpismi.

Ad 4. (ii): Vhodným doplnkom celkovej občianskoprávnej ochrany všeobecného osobnostného práva môže byť aj neodkladné opatrenie podľa § 324 CSP. Súd môže pred začatím konania o porušení, resp. ohrození osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom nariadiť neodkladné opatrenie, ak sledovaný účel nemožno dosiahnuť

⁷¹SVOBODA, J. a kol.: *Občiansky zákonník, I. diel, Komentár*. Bratislava: Eurounion, 1998, s. 27.

zabezpečovacím opatrením. Neodkladné opatrenie je dočasné rozhodnutie súdu, ktorým sa poskytuje ochrana ohrozeným alebo porušeným právnym vzťahom až do rozhodnutia súdu vo veci samej, alebo do dobrovoľného alebo exekučného (núteného) splnenia povinností.

Ad 4. (iii): Ochrany osobnosti v zmysle ustanovenia § 11 až 16 OZ sa môže postihnutá fyzická osoba domáhať nielen prostredníctvom právnych prostriedkov ochrany výslovne uvedených v § 13 OZ, ale aj napr. žalobami o určenie nepravdivosti zásahov tohto druhu (najmä výrokov slovných a písomných) alebo určenie, že pôvodca zásahu neoprávnene zasiahol do práva žalobcu na ochranu osobnosti.

Ad 4. (iv): Ak neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom bola spôsobená aj majetková škoda vyjadriteľná v peniazoch, má postihnutá fyzická osoba právo aj na náhradu takto vzniknutej škody (§ 16 OZ), a to aj vtedy, ak sa uplatňuje nemajetková ujma (satisfakcia) v peniazoch podľa § 13 ods. 2 OZ. Zodpovednosť za škodu sa posúdi podľa § 420 až 450 OZ, a to podľa princípu prezumpovaného zavinenia.⁷²

Ad b): Pre občianskoprávnu ochranu osobnosti fyzických osôb má veľký význam špeciálna súdna ochrana, ktorá je upravená v § 13 OZ. Ustanovenie § 13 OZ zakotvuje tieto prostriedky osobnostnoprávnej ochrany:

1. **návrh na upustenie od neoprávnených zásahov** (negatívna žaloba),
2. **návrh na odstránenie následkov už uskutočnených zásahov** (reštitučná žaloba),
3. **návrh na poskytnutie primeraného zadost'učinenia** (satisfakčná žaloba).

Tieto špeciálne prostriedky občianskoprávnej ochrany osobnosti fyzickej osoby sa podľa okolností konkrétneho prípadu môžu uplatniť samostatne alebo kumulatívne. Návrh musí byť urobený tak, aby nevznikli žiadne pochybnosti o tom, akého prostriedku občianskoprávnej ochrany sa žalobca v konkrétnom prípade domáha.

Ad 1.: **Návrh na upustenie od neoprávnených zásahov** (negatívna žaloba) má preventívnu povahu. Smeruje k dosiahnutiu upustenia od neoprávnených zásahov, teda k vysloveniu zákazu zasahovania do práv spätých s osobnosťou fyzickej osoby.

Ad 2.: **Návrh na odstránenie následkov už uskutočnených zásahov** (reštitučná žaloba) má zabezpečiť obnovenie stavu, ktorý existoval pred neoprávneným zásahom. Nevyhnutným predpokladom podania tohto návrhu je, aby následky neoprávneného zásahu ešte trvali, aj keď sa sám zásah už skončil, a aby bolo možné následky vzniknutého porušenia

⁷²Pozri tamže, s. 42.

osobnosti fyzickej osoby odstrániť. Cieľom tohto právneho prostriedku je odstrániť zdroj nepriaznivých následkov, vyvolaných neoprávneným zásahom, a tak obnoviť pôvodný stav.

Ad 3.: V prípadoch, v ktorých už vznikol nepriaznivý dôsledok neoprávneného zásahu, t. j. nemajetková ujma na osobnosti fyzickej osoby, má dotknutá fyzická osoba právo domáhať sa súdnej ochrany svojej osobnosti prostredníctvom podania **návrhu na poskytnutie primeraného zadosťučinenia** (tzv. satisfakčnej žaloby). O priznaní primeraného zadosťučinenia môže súd rozhodnúť len na návrh postihnutej fyzickej osoby. Zadosťučinenie je náhradou za nemateriálnu ujmu a jeho primeranosť sa posudzuje v závislosti od okolností konkrétneho prípadu, a to vo forme morálneho zadosťučinenia alebo peňažného zadosťučinenia. Peňažné zadosťučinenie má subsidiárnu povahu, t. j., uplatní sa až vtedy, keď morálne zadosťučinenie je nepostačujúce, a teda neúčinné.⁷³

3.5. VÝZNAM ČASU PRI UPLATNENÍ PRÁVA NA OCHRANU OSOBNOSTI PODĽA § 13 A 16 OZ

V práve je čas mimoriadne významným faktorom. Vo sfére súkromného práva treba vidieť jeho relevanciu takisto z hľadiska procesnoprávných aspektov. V občianskom hmotnom práve je plynutie času najvšeobecnejšie sa uplatňujúcou právnou skutočnosťou – udalosťou, s ktorou sa spája vznik, zmena alebo zánik subjektívnych práv a povinností. Naproti tomu kategória času má v občianskom procesnom práve význam v spojitosti s úpravou časového určenia, v medziach ktorého dochádza k procesným úkonom.⁷⁴ V súvislosti s problematikou týkajúcou sa významu času pri uplatnení práva na ochranu osobnosti podľa OZ sa treba aspoň stručne zmieniť o uplatnení inštitútov **premlčania** a **preklúzie** pri porušení, resp. ohrození osobnostného práva.

Nemajetkové nároky vzniknuté pri protiprávných zásahoch do osobnosti fyzickej osoby chránenej všeobecným osobnostným právom sa nepremlčujú a nepodliehajú ani preklúzii. Napriek tomu sa za určitých okolností jednotlivé nemajetkové nároky v dôsledku dlhého časového odstupu nedajú presadiť.

Napríklad nárok na upustenie od neoprávneného zásahu sa nebude dať na súde presadiť v prípade, že v dôsledku uplynutia času nebezpečenstva budúceho porušenia práva, prípadne

⁷³DUFALOVÁ, L., KRIŽAN, M., SKORKOVÁ, V.: *Repetitorium občianskeho práva hmotného*. Bratislava, IURIS LIBRI, 2015.

⁷⁴Pozri LAZAR, J. a kol.: *Základy občianskeho hmotného práva, I. zväzok*. Bratislava: IURA EDITION, 2000, s. 127.

jeho opakovania, už odpadlo. Tento osobitný prípad straty presaditeľnosti práva v našom občianskom práve sa dá odvodiť od princípu, ktorý ovláda oblasť civilného sporového poriadku. Podľa neho úspešné uplatnenie každého nároku nutne predpokladá existenciu právneho záujmu na poskytnutí právnej ochrany.

V prípade nároku na peňažné zadost'učinenie podľa § 13 ods. 2 a 3 OZ platí podľa stanoviska právnej teórie i súdnej praxe výnimka. Tento nárok premlčaniu podlieha. Premlčacia lehota je trojročná a začína plynúť odo dňa, keď sa právo mohlo vykonať prvý raz (§ 101 OZ).⁷⁵

Ak postihnutej fyzickej osobe neoprávneným zásahom do jej osobnosti chránenej všeobecným osobnostným právom vznikla majetková ujma – škoda, nárok na jej náhradu premlčaniu podlieha. Podľa ustanovenia § 106 ods. 1 OZ právo na náhradu škody sa premlčí za dva roky odo dňa, keď sa poškodený dozvie o škode a o tom, kto za ňu zodpovedá. V takom prípade hovoríme o **subjektívnej premlčacej lehote**. **Objektívna premlčacia lehota** je upravená v § 106 ods. 2 OZ, podľa ktorého najneskôr sa právo na náhradu škody premlčí za tri roky, a ak ide o škodu spôsobenú úmyselne, za desať rokov odo dňa, keď došlo k udalosti, z ktorej škoda vznikla; to neplatí, ak ide o škodu na zdraví.

3.6. OCHRANA OSOBNOSTI FYZICKEJ OSOBY V REKLAME

Marketing má blízko k reklame. Pokiaľ ide o právnu úpravu ochrany osobnostných práv v reklame, základnými právnymi predpismi v tejto oblasti sú okrem Ústavy (čl. 16 ods. 1, čl. 19 ods. 1, 2 a 3, čl. 26) zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o reklame“) a Občiansky zákonník.

Zákon o reklame je *lex generalis* (všeobecný zákon) v oblasti regulácie reklamy. Tento zákon ustanovuje v § 3 ods. 4 písm. k), že reklama nesmie obsahovať osobné údaje, údaje o majetkových pomeroch osôb bez ich predchádzajúceho súhlasu. Aj keď sa v ustanoveniach OZ nehovorí výslovne (*expressis verbis*) o ochrane údajov, možno takúto ochranu subsumovať pod jednotlivé zložky ochrany osobnostných práv. Ak by sme v tejto súvislosti chceli skúmať, aký je vzťah uvedeného zákonného ustanovenia ku generálnej úprave ochrany osobnosti garantovanej ustanoveniami § 11 až 16 OZ, je zrejmé, že úprava ochrany osobnostných práv podľa Občianskeho zákonníka je koncipovaná širšie.

⁷⁵Pozri KNAP, K., ŠVESTKA, J., JEHLIČKA, O., PAVLÍK, P., PLECITÝ, V.: *Ochrana osobnosti podle občanského práva*. Praha: Linde, 1996, s. 163.

Zákon o reklame ďalej v § 3 ods. 4 písm. m) ustanovuje, že reklama nesmie zasahovať do práv iných osôb bez ich súhlasu. Teda bez súhlasu fyzickej osoby nemožno zasiahnuť ani do jej osobnostných práv.

V nasledujúcom výklade definujeme reklamu na účely občianskoprávnej ochrany osobnosti. Vzhľadom na to, že v praxi sa vyskytli nejasnosti pri výklade § 12 OZ týkajúceho sa podobizní, obrazových snímok, písomností osobnej povahy a zvukových záznamov a možnosti ich využitia na reklamné účely, odlišíme reklamu od tzv. zákonných licencií (úradnej, vedeckej a umeleckej a spravodajskej), ktoré sú upravené v § 12 ods. 2 a 3 OZ, čo má zásadné právne následky pri posudzovaní prípadných zásahov do osobnostnej sféry fyzickej osoby. Ide totiž o to, že pri reklame, ktorá používa osobnostný substrát, je nutné vyžadovať súhlas dotknutej osoby a, naopak, v prípade uvedených zákonných licencií tento súhlas dotknutej osoby alebo osôb nie je nutný, resp. zákon ho nevyžaduje.⁷⁶

Reklamou rozumieme konanie spočívajúce vo verejnej ponuke – prezentácii – statkov hmotného i nehmotného charakteru, ktorého účelom je presadenie záujmu prezentujúceho subjektu, ktorý touto ponukou smeruje k adresátom, ktorých o jej prijatí týmto spôsobom presvedča. Uvedená ponuka môže byť uskutočnená rôznymi spôsobmi vnímateľnými ľudskými zmyslami.

Podľa § 11 OZ fyzická osoba má právo na ochranu svojej osobnosti, najmä života a zdravia, občianskej cti a ľudskej dôstojnosti, ako aj súkromia, svojho mena a prejavov osobnej povahy. Reklamou možno zasiahnuť do rôznych zložiek všeobecného osobnostného práva, a tým toto právo ohroziť alebo porušiť. Reklamou možno zasiahnuť do práva na česť, ľudskú dôstojnosť, meno, podobu, prípadne i do niekoľkých zložiek všeobecného osobnostného práva naraz. Z pohľadu problematiky reklamy preto do úvahy prichádza predovšetkým ochrana mena, cti a dôstojnosti a súkromia.

Cieľom ochrany osobnosti upravenej v OZ je zaručiť v oblasti občianskeho práva ochranu osobnosti fyzickej osoby. Obsah práva na ochranu osobnosti fyzickej osoby podľa § 11 až 16 OZ má zložku pozitívnu, prejavujúcu sa v možnosti disponovať v medziach objektívneho práva všeobecnými hodnotami svojej osobnosti (ide o možnosť udeľovať súhlas na konania, ktoré sa osobnosti dotýkajú) a zložku negatívnu, spočívajúcu v práve brániť tomu, aby sa tretie osoby dopúšťali zasahovania do integrity osobnosti.

Podľa § 12 ods. 1 OZ písomnosti osobnej povahy, podobizne, obrazové snímky a obrazové a zvukové záznamy týkajúce sa osoby alebo prejavov osobnej povahy sa smú použiť

⁷⁶ŠVAŇHAL, R.: Ochrana osobnosti fyzických osôb. In: *Právní rozhledy*, 2000, č. 9, s. 385.

len s jej privolením. Výnimky z tohto privolenia pre úradné, vedecké a umelecké účely, taktiež pre tlačové, filmové, rozhlasové a televízne spravodajstvo (tzv. zákonné licencie) sú stanovené v § 12 ods. 2 a 3 OZ. Aj keď sa v § 12 ods. 1 OZ uvádzajú písomnosti osobnej povahy, podobizne atď., týkajúce sa fyzickej osoby, musí byť toto ustanovenie použité aj v prípade, ak ide o snímky zachytávajúce viacej osôb pri určitej činnosti (ako účastníkov výletu, nakupujúcich, hostí v reštaurácii a i.).⁷⁷

Podľa § 12 ods. 3 OZ podobizne, obrazové snímky a obrazové a zvukové záznamy sa môžu bez privolenia fyzickej osoby vyhotoviť alebo použiť primeraným spôsobom tiež na vedecké a umelecké účely a pre tlačové, filmové, rozhlasové a televízne spravodajstvo. Ani také použitie však nesmie byť v rozpore s oprávnenými záujmami fyzickej osoby. Ani extenzívnym výkladom nemožno pod spravodajstvo subsumovať aj reklamu. V tomto prípade ide o zákonné výnimky zo zásady, že podobizne sa smú vyhotoviť len s privolením (zákonná licencia vedecká, umelecká a spravodajská). Tieto zákonné výnimky sa nevzťahujú na intímny život fyzickej osoby.

Jednoduchým gramatickým výkladom pridáme k záveru, že žiadna z uvedených licencií sa netýka reklamy, a preto na použitie osobnostných hodnôt v reklame je vždy potrebný súhlas oprávneného subjektu (ktorým môžu byť buď fyzická osoba, ktorej neoddeliteľnou súčasťou sú osobnostné hodnoty, alebo iná osoba v rámci tzv. postmortálnej ochrany – § 15 OZ). Je preto neodňateľným právom fyzickej osoby, ako buď jednotlivca, alebo člena skupiny fyzických osôb, aby sa mohla slobodne rozhodnúť, či jej zákonom chránené osobnostné hodnoty, konkrétne podobizne, obrazové snímky, písomnosti osobnej povahy a zvukové záznamy, týkajúce sa jej osoby alebo prejavov osobnej povahy, boli využité na reklamné účely, a teda nad rámec zákonných licencií zakotvených v § 12 ods. 2 a 3 OZ. Ak by malo dôjsť k takémuto spôsobu využitia osobnostných hodnôt na reklamné účely, nemožno tak urobiť bez súhlasu dotknutej osoby. V prípade, že by uvedený súhlas nebol daný, a to buď vo forme písomnej, ústnej, alebo konkludentne, malo by to za následok možnosť dotknutej osoby domáhať sa ochrany svojej osobnosti (§ 13 OZ), vrátane práva na zadosťučinenie, prípadne i v peniazoch. Okrem toho ak by došlo napr. k neautorizovanému použitiu podobizne alebo mena v reklame, bol by tým získaný majetkový prospech. V takýchto prípadoch súdy väčšinou priznávajú poškodeným nárok na vydanie bezdôvodného obohatenia. Samozrejme, poškodený sa môže domáhať aj náhrady škody, ak bola spôsobená.

⁷⁷HAJN, P.: Reklama a ochrana osobnosti. In: *Právní rozhledy*, 1994, č. 8, s. 265.

V tejto súvislosti je potrebné súhlasiť s názorom, že privolenie dané oprávneným subjektom na použitie podobizne, písomnosti osobnej povahy obrazovej snímky či obrazových a zvukových záznamov v spravodajstve, spravidla dané aj konkludentne, ešte neznamená i privolenie oprávneného subjektu na ich použitie na reklamné účely. Takýto súhlas bude spravidla viazaný na určitú podmienku (honorovanú alebo inú). Ak ide o formu súhlasu, podľa názoru profesora Hajna možno odporučiť, aby bol súhlas daný v písomnej, zmluvnej forme.⁷⁸ Rovnako platí, že ak fyzická osoba udelila súhlas na použitie, napríklad svojho mena alebo podoby, v konkrétnej reklame, nemožno z tohto súhlasu odvodit' jej generálny súhlas na použitie v ďalších reklamách subjektu, s ktorým uzavrela zmluvu.

K obrazovému zachyteniu fyzickej osoby na spravodajské účely dochádza niekedy za situácie, ktorá môže byť pre zobrazovanú fyzickú osobu z najrôznejších dôvodov nežiaduca (napr. ak obrazová snímka bola získaná za prítomnosti inej fyzickej osoby). I keď tento stav môže zobrazovaná fyzická osoba znášať bez námietok (najmä z dôvodu krátkodobého pôsobenia), nemusí však byť pre ňu únosný a prijateľný pri použití takýchto snímok na reklamné účely.

V reklamnej praxi sa niekedy používajú snímky získané takými fotografickými technikami, pri ktorých nemožno identifikovať jednotlivé zobrazené osoby. Ani v takomto prípade však nemožno vylúčiť vznik právnych komplikácií, ak by sa podarilo dokázať, že určitá osoba na snímke figuruje, i keď ju bežný pozorovateľ nemôže rozpoznať.

Nemožno vylúčiť ani to, že problematika ochrany osobnosti fyzickej osoby vystúpi do popredia pri použití mena, hoci vymysleného, na reklamné účely. Aj keď pôjde o výnimočné prípady, môže nastať veľmi vzácna zhoda okolností vedúca k tomu, že aj použitie vymysleného mena bude predstavovať neoprávnený zásah do osobnosti žijúcej fyzickej osoby rovnakého mena.

Nikto nemôže byť nútený bez svojho prejavu vôle, aby pôsobil v reklame. Každému preto musí byť poskytnuté právo voľby, či má záujem v reklame vystupovať, alebo nie.

Použitá literatúra

1. CIRÁK, J.: *Ochrana osobnosti v slovenskom občianskom práve*. Bratislava: Vydavateľské oddelenie Právnickej fakulty UK, 1994, ISBN 80-7160-060-1, 105 s.
2. DUFALOVÁ, L., KRIŽAN, M., SKORKOVÁ, V.: *Repetitorium občianskeho práva*

⁷⁸Pozri tamže, s. 265.

- hmotného*. Bratislava, IURIS LIBRI, 2015, ISBN 978-80-896-351-77, 270 s.
3. GEŠKOVÁ, K., SMYČKOVÁ, R., ZÁMOŽÍK, J.: *Repetitóriium civilného procesného práva*. Bratislava, IURIS LIBRI, 2017, ISBN 978-80-896-353-13, 231 s.
 4. HAJN, P.: Reklama a ochrana osobnosti. In: *Právní rozhledy*, 1994, č. 8, roč. 2, s. 265-267, ISSN 1210-6410.
 5. KNAP, K., ŠVESTKA, J., JEHLÍČKA, O., PAVLÍK, P., PLECITÝ, V.: *Ochrana osobnosti podle občanského práva*. Praha: Linde, 1996, ISBN 80-7201-029-8, 361 s.
 6. LAZAR, J. a kol. *Občianske právo hmotné, I. diel*. Bratislava: IURA EDITION, 2010, ISBN 978-80-807-834-64, 715 s.
 7. SVOBODA, J. a kol.: *Občiansky zákonník, I. diel, Komentár*. Bratislava: Eurounion, 1998, ISBN 80-855-688-53, 744 s.
 8. ŠVAŇHAL, R.: Ochrana osobnosti fyzických osôb. In: *Právní rozhledy*, 2000, roč. 8, č. 9 (2000), s. 385-392, ISSN 1210-6410.
 9. VETERNÍKOVÁ, M.: *Právna ochrana osobnosti*. Bratislava: Procom, 2003, ISBN 80-857-171-23, 159 s.
 10. Právne predpisy podľa textu.
 11. Zborník stanovísk, správ o rozhodnutí súdov a súdnych rozhodnutí najvyšších súdov (ČSSR, ČSR a SSR) č. III. SEVT, Praha 1980.

4. REKLAMNÉ A MEDIÁLNE PRÁVO

4.1. PRÁVNÁ ÚPRAVA REKLAMY

4.1.1. Všeobecné právne požiadavky na reklamu

Reklama sa stala v porevolučnom období súčasťou života spoločnosti a zásadne ovplyvňuje hospodársku súťaž, pričom je nespochybniteľné, že význam reklamy neustále stúpa. Reklama je v súčasnosti založená na dôkladnej **analýze trhu, spotrebiteľa a jeho záujmov**. Nezriedka sú pracovníkmi reklamných agentúr psychológovia, sociológovia a ďalší odborníci z rôznych odvetví. Reklama má v súčasnosti veľmi rozmanité podoby a formy; patria sem napr. **inzercia, televízna a rozhlasová reklama, vonkajšia reklama, reklama v kinách a čoraz masívnejšia internetová reklama**.

Reklamné právo ako systém právnych noriem vymedzený z hľadiska vecného zamerania je tvorený sústavou **noríem** tak **verejnoprávnych**, ako aj **súkromnoprávnych**. Prijatie zákona o reklame neznamená komplexné riešenie danej problematiky v jednom zákone. Z pohľadu slovenského práva, ako sme už poznamenali, nejde o jednodvetvový pohľad na danú problematiku. Právna úprava reklamy je aj napriek prijatiu zákona o reklame širokospektrálna, týka sa noríem tak verejného, ako aj súkromného práva.

Zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o reklame“) **nepovažuje za znak reklamy jej odplatosť**.

Reklama plní predovšetkým dve funkcie, a to:

- a) **funkciu presvedčovaciu,**
- b) **funkciu informačnú,**

ktoré by logicky mali viesť k lepšej predajnosti tovarov alebo služieb.

Zákon o reklame reguluje oblasť právnych vzťahov, ktoré môžeme rámcovo rozdeliť na štyri oblasti:

1. úprava všeobecných požiadaviek na reklamu;
2. úprava požiadaviek na reklamu niektorých špecifických produktov;
3. právna ochrana spotrebiteľov a podnikateľov pred účinkami klamlivej reklamy, neprípustnej porovnávacjej reklamy a reklamy, ktorá je nekalou obchodnou praktikou;
4. úprava pôsobnosti orgánov dozoru nad dodržiavaním ustanovení tohto zákona.

Súčasn \acute{e} znenie zákona o reklame je výrazným spôsobom ovplyvnené v dôsledku transpozície harmonizačných smerníc EÚ v oblasti reklamy a ochrany spotrebiteľa. Keďže právna regulácia reklamy je výrazným spôsobom modifikovaná v dôsledku európskej harmonizačnej úpravy, vnútroštátne orgány aplikácie práva sa majú vždy usilovať o eurokonformný výklad vnútroštátneho práva (teda o výklad v súlade so smernicou), aby sa tak zabezpečil „reálny účinok“ smernice bez ohľadu na to, či ustanovenia použité pri výklade majú alebo nemajú priamy účinok. Súčasná vnútroštátna právna úprava reklamy je v plnom rozsahu súladná s harmonizačnou právnou úpravou EÚ, v niektorých prípadoch dokonca zabezpečuje vyšší štandard ochrany právom chránených záujmov.

Verejnoprávna regulácia reklamy je značne roztriešená. V prvom rade sa treba zmieniť o zákone o reklame ako základným verejnoprávnym kódexom reklamy (*lex generalis*), pričom ďalšie špecifické oblasti sú regulované v osobitných právnych predpisoch, ktoré majú vo vzťahu k zákonu o regulácii reklamy povahu *lex specialis*. Z pohľadu ochrany spotrebiteľa je to napr. 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.

Súkromnoprávna regulácia reklamy je obsiahnutá najmä v Obchodnom zákonníku, ktorý obsahuje právnu úpravu nekalej súťaže. Obchodný zákonník v § 45 definuje klamlivú reklamu ako jednu zo špeciálnych skutkových podstát nekalej súťaže.

V zmysle novelizovaného a v súčasnosti platného § 2 ods. 1 písm. a) zákona o reklame sa **reklamou** rozumie **predvedenie, prezentácia alebo iné oznámenie v každej podobe súvisiace s obchodnou, podnikateľskou alebo inou zárobkovou činnosťou s cieľom uplatniť produkty na trhu**. Prezentáciou produktov podnikania sa rozumie akákoľvek forma prezentácie, predstavenia či priblíženia produktov podnikania so zámerom upútať pozornosť potenciálnych spotrebiteľov. Za produkt sa považujú všetky výsledky podnikateľskej činnosti, ako aj práva a záväzky nehmotnej povahy súvisiace s podnikateľskou činnosťou. Predmetom reklamy tak môžu byť výrobky, tovary, služby, výkony a iné hodnoty hmotnej a nehmotnej povahy, na ktoré nie je podľa zákona o reklame zakázaná reklama.

Podľa zákona o reklame **produktom** sú tovar, služby, nehnuteľnosti, obchodné meno, ochranná známka, označenie pôvodu výrobkov a iné práva a záväzky súvisiace s podnikaním.

V právnej doktríne je **reklama** definovaná ako konanie, ktorého cieľom je umiestniť produkty súťažiteľa na príslušnom trhu, pričom prostredníctvom reklamy je umožnené súťažiteľovi prezentovať výsledky svojho snaženia, informovať adresátov reklamy o vlastnostiach, cene či kvalite svojich produktov, s cieľom umiestniť tieto produkty v rámci poctivej hospodárskej súťaže na trh, a tým maximalizovať svoj zisk.

Slovenský zákonodarca explicitne uviedol, že **reklamou nie sú**:

- a) označenie sídla právnickej osoby, trvalého pobytu fyzickej osoby, označenie prevádzkarne alebo organizačnej zložky právnickej osoby alebo fyzickej osoby obchodným menom, ako aj označenie budov, pozemkov a iných nehnuteľných vecí alebo hnutel'ných vecí vo vlastníctve alebo v nájme týchto osôb,
- b) označenie listov a obálok obchodným menom alebo ochrannou známkou,
- c) označenie produktov alebo ich obalov údajmi, ktoré sa musia na nich uvádzať podľa osobitného predpisu, napr. zákona č. 152/1995 Z. z. o potravinách v znení neskorších predpisov,
- d) zverejnenie výročnej správy o hospodárení, účtovnej závierky, auditu podniku alebo iných informácií o podniku, ak povinnosť ich zverejnenia vyplýva z osobitného predpisu, napr. zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov.

Objednávateľom reklamy je osoba, ktorá si u inej osoby objedná šírenie reklamy. Typickým príkladom objednávateľa je podnikateľ, ktorý má záujem o vytvorenie reklamy pre vlastný produkt alebo službu a s tým cieľom osloví reklamnú agentúru, ktorá pre neho, najčastejšie na základe zmluvy o dielo, vytvorí podľa jeho zadania reklamnú kampaň a následne požiada o šírenie takejto reklamy prostredníctvom širiteľa reklamy.

Širiteľom reklamy je ten, kto reklamné oznámenie prezentuje, najmä prostredníctvom komunikačných médií, individuálne neurčenému okruhu subjektov alebo pri reklame cielenej na určitú skupinu vo vzťahu k tejto skupine osôb, pokiaľ možno stále hovoriť o šírení vo vzťahu k verejnosti. V postavení širiteľa reklamy tak zvyčajne budú napr. mediálna agentúra, vydavateľ tlače, distribútor letákov do schránok a pod. Táto osoba (širiteľ) môže byť samostatným subjektom, ktorá v procese tvorby reklamy zohráva úlohu výlučne vo vzťahu k samotnému šíreniu reklamy, alebo môže byť totožná s objednávateľom reklamy.

Za väčšinu obsahových a formálnych požiadaviek na reklamu, ktoré aj ďalej rozoberáme v tejto podkapitole, zodpovedá širiteľ reklamy. Objednávateľ reklamy však zodpovedá za pravdivosť informácií uvádzaných v porovnávacej reklame a za jej súlad so zákonom.

Zákon o reklame predstavuje **základný pilier verejnoprávnej regulácie reklamy**, keď upravuje všeobecné pravidlá pre akúkoľvek reklamu, ako aj osobitné pravidlá pre reklamu zvláštnych produktov. Ide napríklad o propagáciu alkoholických výrobkov, tabakových výrobkov, zbraní a streliva, liekov, dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov. Osobitne je regulovaný vplyv reklamy na maloleté osoby.

Reklama nesmie:

- a) obsahovať čokoľvek, čo znevažuje ľudskú dôstojnosť, uráža národnostné cítanie alebo náboženské cítanie, ako ani akúkoľvek diskrimináciu na základe pohlavia, rasy a sociálneho pôvodu,
- b) propagovať násilie, vandalizmus alebo vulgárnosť a navádzať na protiprávne konanie alebo vyjadrovať s ním súhlas,
- c) prezentovať nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom,
- d) prezentovať produkty poškodzujúce životné prostredie alebo produkty škodlivé životu alebo zdraviu ľudí, zvierat alebo rastlín bez toho, aby sa na škodlivosť výslovne a zreteľne neupozornilo,
- e) ohrozovať fyzické zdravie ani psychické zdravie občana,
- f) prezentovať potraviny a výživové doplnky tak, akoby mali účinky liekov,
- g) obsahovať osobné údaje, údaje o majetkových pomeroch osôb bez ich predchádzajúceho súhlasu,
- h) odvolávať sa na vyhlásenia iných osôb bez ich predchádzajúceho súhlasu,
- i) zasahovať do práv iných osôb bez ich súhlasu,
- j) zneužívať dôveru maloletých osôb, najmä podnecovať na správanie, ktoré môže ohroziť ich zdravie, psychický vývin alebo morálny vývin, a zobrazovať ich v nebezpečných situáciách.

Najvyššie sankcie je orgán dozoru oprávnený uložiť za porušenie požiadaviek ad b) a c) (až do výšky takmer 100.000 eur). Z toho vyplýva, že štátu najviac záleží na tom, aby sa prostredníctvom reklamy nešírila nemorálnosť, hrubosť a násilie.

Reklama **musí spĺňať požiadavky** na verejné rečové prejavy, dodržiavať zásady jazykovej kultúry, gramatické a pravopisné pravidlá, pravidlá výslovnosti slovenského jazyka a ustálenú odbornú terminológiu.

Reklama sa **nesmie šíriť**:

- automatickým telefonickým volacím systémom, telefaxom a elektronickou poštou bez predchádzajúceho súhlasu ich užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy,
- adresne, ak adresát doručenie reklamy vopred odmieta,
- ak je v rozpore s dobrými mravmi,
- ak prezentuje produkty, ktorých výroba, predaj, poskytovanie alebo používanie sú zakázané, alebo
- ak nespĺňa požiadavky podľa osobitného predpisu (napr. ak ide o spotrebiteľský úver a nespĺňa požiadavky stanovené zákonom, ktorý tento finančný produkt reguluje).

Reklama **nesmie** prezentovať výrobky alebo služby, ktorých neoprávnená manipulácia je zakázaná osobitnými predpismi (napr. neoprávnenú manipuláciu s počítadlom kilometrov v motorovom vozidle).

Porovnávacou reklamou je reklama, ktorá priamo alebo nepriamo označuje iného súťažiteľa alebo jeho produkty. **Porovnávacía reklama je prípustná, ak:**

- a) porovnáva tovary, služby alebo nehnuteľnosti, ktoré uspokojujú rovnaké potreby alebo sú určené na rovnaký účel,
- b) objektívne porovnáva jednu alebo viac konkrétnych, typických, podstatných a overiteľných vlastností tovarov, služieb alebo nehnuteľností, vrátane ich ceny; pri tovaroch s označením pôvodu porovnáva iba tovary s rovnakým označením,
- c) nediskredituje ani nehaní ochranné známky, obchodné mená, ďalšie rozlišovacie znaky, tovary, služby, činnosti alebo okolnosti súťažiteľa,
- d) nevyužíva nečestne výhodu dobrého mena ochrannej známky, obchodného mena alebo iných rozlišujúcich znakov súťažiteľa alebo označenie pôvodu konkurenčných produktov,
- e) nepredstavuje tovar alebo služby ako napodobeniny alebo kópie tovaru alebo služieb označených chránenou ochrannou známkou alebo obchodným menom,
- f) nevyvoláva zámenu medzi obchodníkmi, medzi objednávateľom reklamy a súťažiteľom alebo medzi ochrannými známkami, obchodnými menami, inými rozlišujúcimi znakmi, tovarmi alebo službami objednávateľa reklamy a súťažiteľa,
- g) nie je klamlivá.

Iná porovnávacía reklama, než je uvedené vyššie, je neprípustná.

Definícia porovnávacej reklamy je širokou definíciou umožňujúcou pokryť všetky formy porovnávacej reklamy tak, aby na existenciu porovnávacej reklamy stačila existencia oznámenia, ktoré – hoci len implicitne – odkazuje na súťažiteľa alebo na tovary alebo služby ponúkané týmto súťažiteľom.

Od porovnávacej reklamy je namieste odlišiť tzv. **generálne porovnávanie**, nazývané tiež systémové porovnávanie, pri ktorom, rovnako ako pri nepriamom porovnávaní, nie je iný súťažiteľ výslovne identifikovaný, ale, na rozdiel od nepriameho porovnávaní, nie je možné si identitu tohto iného súťažiteľa ani domyslieť. Takéto generálne porovnávanie sa často uplatňuje v odvetviach, kde je aktívny väčší počet súťažiteľov (napr. reklama výrobcu pracieho prášku tohto znenia: „*Jedna fľaša nášho čistiaceho prostriedku poslúži na umytie desaťkrát väčšieho množstva tanierov, ako by ste umyli bežnými čistiacim prostriedkom na riad.*“). Keďže v rámci takéhoto generálneho porovnávaní nie je možné identifikovať, s ktorými inými

súťažiteľmi sa propagovaný súťažiteľ porovnáva, nie je možné takéto generálne porovnanie považovať za porovnávaciu reklamu v zmysle zákona o reklame.

Od porovnávej reklamy treba odlišiť tiež tzv. **superlatívnu reklamu**, ktorej podstata spočíva v tom, že súťažiteľ prezentuje seba alebo svoj produkt ako „naj“, najčastejšie ako najlepší, najkvalitnejší či najlacnejší. Identita žiadneho súťažiteľa, s ktorým (alebo s ktorého produktmi) sa porovnanie uskutočnilo, nie je uvedená, no zároveň je zrejmé, že takouto superlatívnou reklamou bude hypoteticky dotknutý každý súťažiteľ, ktorý bude schopný preukázať, že superlatívne hodnotenie propagovaného výrobku (alebo súťažiteľa samotného) vo vzťahu k jeho výrobku (alebo k nemu samotnému) neobstojí.

Nakoniec, porovnávaciu reklamu je nutné odlišiť od **porovnávacích testov**, v ktorých sa porovnávajú produkty rôznych súťažiteľov, pričom realizátorom takéhoto testu je subjekt od týchto súťažiteľov odlišný.

Jednou zo záruk rešpektovania právnych predpisov je **vykonávanie dozoru** nad ich dodržiavaním. Na vykonávanie dozoru nad dodržiavaním ustanovení zákona o reklame sa nezriaďujú osobitné orgány; táto činnosť sa zveruje orgánom štátnej správy, ktoré sú zriadené podľa osobitných zákonov a vykonávajú dozor na trhu v oblasti príslušných výrobkov, tovarov a služieb.

V prípade verejnoprávnej regulácie rozhodujú priamo príslušné orgány dozoru bez nutnosti podania žaloby na príslušný súd a pomerne promptne. Povinnosť správneho orgánu dokazovať protiprávne konanie sa odvodzuje z **vyhl'adávacej zásady** uplatňujúcej sa v správnom konaní začatom z podnetu správneho orgánu (zodpovednosť za zhromaždenie podkladov pre rozhodnutie má správny orgán).

Zákon o reklame upravuje ako **všeobecný orgán dozoru Slovenskú obchodnú inšpekciu (SOI)**, ktorá má právomoc vykonávať dozor nad dodržiavaním zákona o reklame v prípadoch, ak dozorovým orgánom nie je niektorý z orgánov taxatívne vymedzených v zákone o reklame. Osobitné predpisy, na ktoré odkazuje zákon o reklame v niektorých prípadoch, upravujú navyše osobitné zákazy niektorých foriem reklamy, druhy a výšku sankcií, ako aj procesné postupy spojené s ukladaním sankcií.

Slovenská obchodná inšpekcia je orgánom štátnej kontroly vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa s celoslovenskou pôsobnosťou. Pri plnení tejto úlohy vykonáva SOI kontrolu predaja výrobkov a poskytovania služieb spotrebiteľom, štátny dozor a kontrolu nad podnikaním v energetike podľa osobitných predpisov a dohľad nad trhom podľa osobitného predpisu. Právnym predpisom stanovujúcim kompetencie SOI je zákon č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení

niektorých zákonov v platnom znení. Tento zákon vymedzuje práva a povinnosti SOI vo všeobecnej rovine, ale tiež vo vzťahu k osobitným predpisom, upravujúcim ochranu spotrebiteľa v špecifických oblastiach vrátane reklamy. Právnu subjektivitu má Ústredný inšpektorát SOI. Na účely správneho konania sú **inšpektoráty SOI** orgánmi prvého stupňa, pričom druhostupňovým orgánom je **Ústredný inšpektorát SOI**. V kontrolnej a rozhodovacej činnosti je SOI nezávislým orgánom, ktorý je viazaný výlučne platnými právnymi predpismi. Ako orgán štátnej správy je SOI podriadená Ministerstvu hospodárstva SR.

Zoznam predpisov odkazujúcich na reklamu v právnom poriadku SR i EÚ je pomerne široký, preto uvádzame aspoň niektoré z nich:

- Obchodný zákonník (zákon č. 513/1991 Zb.) definuje tzv. klamlivú reklamu (bližšie pozri podkapitolu 6.3.3.),
- zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch, ktorý definuje tri neprípustné formy reklamy považované za nekalé obchodné praktiky (pozri ďalej), ako sú:
 - vábivá reklama (ide o reklamu, ktorá láka spotrebiteľov na veľmi výhodnú ponuku tovarov alebo služieb, o ktorých predávajúci dopredu vie, že ich môže poskytnúť len v obmedzenom rozsahu, a teda ani zďaleka neuspokojí vyvolaný dopyt),
 - skrytá reklama (ide o využívanie redakčného priestoru v médiách na podporu produktu za odplatu, pričom sa tak deje bez toho, že by to bolo jasne identifikovateľné pre spotrebiteľa) a
 - reklama typu „nalákať a zmeniť“ (angl. *bait and switch*) (ide o reklamu s úmyslom podporiť predaj iného produktu výzvou na kúpu produktov za stanovenú cenu a následné odmietnutie ukázať tovar z reklamy spotrebiteľom, odmietnutie prevziať objednávky na tento tovar alebo jeho dodanie v rozumnom čase, alebo predvedenie jeho chybné vzorky);
- zákon č. 40/2015 Z. z. o audiovizii a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorému sa venujeme v samostatnej kapitole 4.2.;
- zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách), ktorému sa venujeme v samostatnej podkapitole 4.3.1.;
- zákon č. 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizie a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o publikáciách), ktorému sa venujeme v samostatnej podkapitole 4.3.3.;

- zákon č. 22/2004 Z. z. o elektronickom obchode, ktorý zaraduje reklamu medzi formy komerčnej komunikácie;
- zákon č. 152/1995 Z. z. o potravinách, ktorý stanovuje obsahové požiadavky na propagačné letáky predajcov potravín;
- zákon č. 362/2011 Z. z. o liekoch a zdravotníckych pomôckach, ktorý upravuje niektoré špecifiká reklamy humánnych a veterinárnych liekov;
- zákon č. 139/1998 Z. z. o omamných látkach, psychotropných látkach a prípravkoch, ktorý zakazuje akúkoľvek reklamu omamných a psychotropných látok a poskytovanie ich vzoriek pre verejnosť;
- zákon č. 161/2011 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý definuje špeciálne požiadavky na reklamu časovo vymedzeného užívania ubytovacích zariadení, poskytovania dlhodobých rekreačných služieb, sprostredkovania ďalšieho predaja a účasti vo výmennom systéme;
- zákon č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý stanovuje niektoré formálne požiadavky na reklamu zájazdov a spojených služieb cestovného ruchu cestovnými kancelárkami a cestovnými agentúrami;
- zákon č. 586/2003 Z. z. o advokácii a o zmene a doplnení zákona č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon), ktorý stanovuje špeciálne požiadavky na reklamu advokáta a jeho prezentáciu v médiách;
- zákon č. 30/2019 Z. z. o hazardných hrách a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý stanovuje negatívne požiadavky na reklamu herní a kasín a zároveň podmienky propagácie hazardných hier;
- zákon č. 203/2011 Z. z. o kolektívnom investovaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý stanovuje špeciálne požiadavky na reklamné dokumenty a iné marketingové materiály pri propagácii podielových fondov, resp. alternatívnych investičných fondov;
- zákon č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý stanovuje špeciálne obsahové požiadavky na reklamu spotrebiteľských úverov;
- zákon č. 90/2016 Z. z. o úveroch na bývanie a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý stanovuje špeciálne požiadavky na reklamu úverov na bývanie;

- zákon č. 39/2015 Z. z. o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov ustanovujúci niektoré formálne požiadavky na reklamu poisťných produktov poisťovňou, poisťovňou z iného členského štátu a pobočkou zahraničnej poisťovne;
- zákon č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch a investičných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý stanovuje niektoré negatívne požiadavky na reklamu a propagáciu investičných služieb a emisií cenných papierov;
- zákon č. 483/2001 Z. z. o bankách, ktorý stanovuje povinnosť v každej reklame obchodu, v ktorej sa uvádza úroková sadzba alebo akýkoľvek číselný údaj týkajúci sa obchodu, musí obsahovať zrozumiteľne a zreteľne informáciu o výške ročnej percentuálnej úrokovej sadzby tohto obchodu;
- zákon č. 43/2004 Z. z. o starobnom dôchodkovom sporení a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý upravuje širší pojem propagačnej činnosti (zahŕňa aktivity zamerané na presvedčanie príslušnej osoby, aby sa stala sporiteľom alebo aby ním ostala) a užší pojem reklamy starobného dôchodkového sporenia;
- zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý obsahuje špecifickú úpravu reklamy a propagácie finančného sprostredkovania alebo finančného poradenstva;
- zákon č. 118/1996 Z. z. o ochrane vkladov a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý zakazuje, aby predmetom reklamy boli úroveň a rozsah ochrany vkladov;
- zákon č. 245/2008 Z. z. o výchove a vzdelávaní (školský zákon) a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý v školách a školských zariadeniach zakazuje určité druhy a formy reklamy;
- zákon č. 181/2014 Z. z. o volebnej kampani a o zmene a doplnení zákona č. 85/2005 Z. z. o politických stranách a politických hnutiach v znení neskorších predpisov, ktorý stanovuje podmienky politickej propagácie a reklamy a tiež reguláciu nákladov, ktoré na tieto účely možno vo volebnej kampani vynaložiť;
- zákon č. 355/2007 Z. z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý vyžaduje, aby sa v reklame na možnosť kúpania a vodných športov výslovne uvádzala aj informácia o kvalite vody;
- Nariadenie o veterinárnych liekoch⁷⁹, ktoré stanovuje požiadavky na reklamu veterinárnych liekov;

⁷⁹Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/6 z 11. decembra 2018 o veterinárnych liekoch (Ú. v. EÚ L 4, 7.1.2019).

- Nariadenie o výživových a zdravotných tvrdeniach o potravinách⁸⁰, ktoré stanovuje podmienky, za ktorých je možné v reklame uvádzať výživové a zdravotné tvrdenia týkajúce sa potravín;
- Nariadenie o ekologickej poľnohospodárskej výrobe a označovaní produktov ekologickej poľnohospodárskej výroby⁸¹, ktoré stanovuje podmienky, za akých sa môže logo ekologickej poľnohospodárskej výroby Európskej únie použiť v reklame;
- Nariadenie, ktorým sa stanovuje rámec pre energetické označovanie⁸², ktoré stanovuje povinnosť dodávateľa a predávajúceho uvádzať odkaz na triedu energetickej účinnosti výrobku a rozsah dostupných tried energetickej účinnosti na štítku vo vizuálnych reklamách pre konkrétny model energeticky významného výrobku;
- Nariadenie o označovaní pneumatík vzhľadom na palivovú úspornosť a iné parametre⁸³, ktoré stanovuje povinnosti dodávateľov a distribútorov pneumatík zobrazovať v každej vizuálnej reklame na pneumatiky tzv. štítok pneumatiky,
- a mnoho ďalších.

Primárnym cieľom právnej regulácie reklamy je ochrana spotrebiteľov, ktorá je výrazným spôsobom determinovaná právom Európskej únie. V tejto súvislosti možno hovoriť predovšetkým o dvoch smerniciach, a to **Smernici o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu**⁸⁴ a **Smernici o klamlivej a porovnávacej reklame**⁸⁵. V zmysle smernice o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu **nekalé obchodné praktiky pri šírení reklamy sú zakázané**, žiadna reklama nesmie mať znaky nekalej obchodnej praktiky. Nekalé obchodné praktiky významným spôsobom poškodzujú spotrebiteľa a môžu viesť až k narušeniu jednotného vnútorného trhu, narušeniu hospodárskej súťaže, ako aj k zníženiu konkurencieschopnosti jednotlivých vnútroštátnych trhov členských štátov Európskej únie.

⁸⁰Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 z 20. decembra 2006 o výživových a zdravotných tvrdeniach o potravinách (Ú. v. ES L 404 z 30. 12. 2006).

⁸¹Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/848 z 30. mája 2018 o ekologickej poľnohospodárskej výrobe a označovaní produktov ekologickej poľnohospodárskej výroby a o zrušení nariadenia Rady (ES) č. 834/2007 (Ú. v. EÚ L 150 zo 14. 6. 2018).

⁸²Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/1369 zo 4. júla 2017, ktorým sa stanovuje rámec pre energetické označovanie a zrušuje smernica 2010/30/EÚ (Ú. v. EÚ L 198 z 28. 7. 2017).

⁸³Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2020/740 z 25. mája 2020 o označovaní pneumatík vzhľadom na palivovú úspornosť a iné parametre, ktorým sa mení nariadenie (EÚ) 2017/1369 a zrušuje nariadenie (ES) č. 1222/2009 (Ú. v. EÚ L 177 z 5. 6. 2020).

⁸⁴Smernica 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 (Ú. v. ES, L 149, 11. 6. 2005).

⁸⁵Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame (Ú. v. ES, L 376, 27. 12. 2006).

4.1.2. Reklama alkoholických nápojov

V zmysle zákona č. 219/1996 Z. z. o ochrane pred zneužívaním alkoholických nápojov sú alkoholickými nápojmi liehoviny, destiláty, víno, pivo a iné nápoje, ktoré obsahujú viac ako 0,75 objemového percenta alkoholu. Alkoholické nápoje sú v právnom zmysle slova druhom potravín a vzťahujú sa na ne všeobecné obmedzenia na reklamu potravín.

Súčasťou slovenského právneho poriadku je aj nariadenie Európskeho parlamentu a Rady č. 1924/2006 z 20. decembra 2006 o výživových a zdravotných tvrdeniach o potravinách, ktoré sa vzťahuje aj na reklamu alkoholických nápojov (konsolidované znenie). Okrem všeobecných obmedzení týkajúcich sa potravín obsahuje nariadenie aj výslovné obmedzenie vzťahujúce sa výlučne na alkoholické nápoje (článok 4 ods. 3): „*Nápoje s obsahom alkoholu viac ako 1,2 % objemu sa nesmú označovať zdravotnými tvrdeniami. Čo sa týka výživových tvrdení, povolené sú len výživové tvrdenia, ktoré odkazujú na nízky alebo znížený obsah alkoholu alebo na znížený energetický obsah nápojov s obsahom alkoholu viac ako 1,2 % objemu.*“

Pravidlá reklamy alkoholických nápojov sú obsiahnuté v § 5 zákona o reklame. **Reklama na alkohol je dovoľená s určitými obmedzeniami vymedzenými v zákone.** V týchto obmedzeniach ide o:

1. **Vlastnosti alkoholu.** Reklama alkoholických nápojov nesmie:
 - a) dávať do súvislosti spotrebu alkoholu s priaznivým účinkom na telesnú výkonnosť alebo na duševnú výkonnosť;
 - b) tvrdiť, že alkoholické nápoje majú liečivé vlastnosti, povzbudzujúci alebo upokojujúci účinok alebo že pomáhajú riešiť osobné problémy;
 - c) zdôrazňovať obsah alkoholu v nápojoch ako znak ich kvality.
2. **Postoj k spotrebe alkoholu.** Reklama alkoholických nápojov nesmie nabádať na nestriedne požívanie alkoholických nápojov alebo prezentovať abstinenciu alebo triezvosť ako nedostatok.
3. **Okolnosti súvisiacimi s deťmi.** Reklama alkoholických nápojov sa nesmie zameriavať na maloleté osoby, pričom žiadna osoba, ktorú možno považovať za maloletú, sa nesmie v reklame dávať do súvislosti so spotrebou alkoholických nápojov.

Dozor nad dodržiavaním obmedzení reklamy na alkoholické nápoje vykonávajú **Štátna veterinárna a potravinová správa a regionálne veterinárne a potravinové správy.**

4.1.3. Reklama tabakových výrobkov

Reklama tabakových výrobkov je zakázaná, pričom sú stanovené určité **výnimky z tohto zákazu**. Právny poriadok musí totiž aj zástupcom tabakového priemyslu ponechať priestor na prezentáciu svojich výrobkov, aj keď ich škodlivosť je všeobecne známa. Keďže výroba a predaj tabakových výrobkov sú legálne, zákonodarca nepristúpil k absolútnej cenzúre tabakovej reklamy.

Na účely zákona o reklame:

- a) **tabakový výrobok** je výrobok určený na fajčenie, šnupanie, cmúľanie alebo žuvanie, ak je čo len čiastočne vyrobený z tabaku,
- b) **sponzorstvo tabakového výrobku** je finančný alebo vecný príspevok alebo iné plnenie pre fyzickú osobu alebo právnickú osobu, na podujatie alebo činnosť, ktorého účelom alebo vedľajším výsledkom je reklama tabakového výrobku; sponzorstvom tabakového výrobku nie je plnenie, ktoré je poskytnuté ako odplata za tovar alebo službu.

Zakazuje sa reklama tabakového výrobku:

- na všetkých druhoch informačných nosičov,
- rozdávaním tabakového výrobku verejnosti,
- na reklamných veciach, ktoré nesúvisia s fajčením a ktoré sa rozdávať verejnosti, okrem reklamných vecí, ktoré sa rozdávať na miestach predaja výrobkov,
- prostredníctvom sponzorstva tabakového výrobku,
- uvádzaním ochrannej známky, emblému, názvu alebo iného výrazného znaku tabakového výrobku okrem ich uvádzania na miestach predaja tabakových výrobkov.

Za reklamu tabakových výrobkov sa nepovažujú:

- označenie špecializovaných predajní tabakových výrobkov a potrieb pre fajčiarov s nápisom TABAK,
- označenie dopravných prostriedkov výrobcu tabakových výrobkov jeho ochrannou známkou,
- vydávanie letákov, brožúr a iných publikácií určených výhradne pre výrobcov a obchodníkov s tabakovými výrobkami a tabakom,
- informácia o konkrétnom tabakovom výrobku určená pre spotrebiteľa, umiestnená v predajni tabakových výrobkov, ktorá musí obsahovať upozornenie o škodlivosti fajčenia a musí byť umiestnená tak, aby oslovovala najmä návštevníkov predajne,
- rozdávanie tabakového výrobku na obchodných rokovaniach súvisiacich s tabakovými výrobkami.

Dozor nad dodržiavaním zákazu reklamy tabakových výrokov vykonáva **Slovenská obchodná inšpekcia**.

4.1.4. Reklama zbraní a streliva

Na reklamu zbraní a streliva platí **generálny zákaz**. Zákon o reklame upravuje len tri **výnimky z tohto zákazu**. Zákaz reklamy sa nevzťahuje na:

- a) informácie určené len pre odbornú verejnosť vo výrobe a v obchode so zbraňami a strelivom;
- b) reklamu zbraní a streliva v obchodoch alebo na výstavách špecializovaných na predaj zbraní a streliva vrátane ich výkladov a priečelí alebo v častiach obchodov určených na predaj zbraní a streliva;
- c) reklamu v odbornej literatúre a v odbornej periodickej tlači.

Strelné zbrane a strelivo nie sú bežnými spotrebnými produktmi, a preto reklama na strelné zbrane a strelivo **nesmie byť zameraná na širokú verejnosť**. Zákonodarca v ustanoveniach zákona o reklame o zákaze reklamy zbraní a streliva odkazuje na zákon č. 190/2003 Z. z. o strelných zbraniach a strelive.

V zmysle zákona o strelných zbraniach a strelive sa **zbraňou** rozumie prenosné zariadenie, ktoré vystreľuje, je konštruované alebo môže byť upravené tak, aby vystreľovalo strelu, a ktorého princípom funkcie je okamžité uvoľnenie energie pri výstrele; za zbraň sa považuje aj jej hlavná časť, súčasť zbrane, replika zbrane a napodobenina zbrane (§ 2 ods. 1 písm. a) cit. zákona). Ide teda o podstatne užší výklad pojmu zbraň ako napr. v zmysle § 122 ods. 3 Trestného zákona, v zmysle ktorého sa za zbraň považuje každá vec, ktorou možno urobiť útok proti telu dôraznejším.

Podľa zákona o strelných zbraniach a strelive (§ 3 ods. 1) sa **zbrane a strelivo rozdeľujú na:**

- a) zbraň kategórie A,
- b) zbraň kategórie B,
- c) zbraň kategórie C,
- d) zbraň kategórie D,
- e) strelivo do zbraní kategórií A až D, ktoré nie je zakázané.

Strelivom sa rozumie náboj alebo nábojka; za strelivo sa považuje aj komponent streliva (§ 2 ods. 1 písm. g) zákona o strelných zbraniach a strelive).

Za **odbornú verejnosť vo výrobe a v obchode so zbraňami a strelivom** treba považovať každého, pre ktorého je tento druh výrobkov predmetom zamestnania či podnikania (od predavača v obchode so zbraňami až po riaditeľa spoločnosti, ktorá vyvíja a vyrába zbrane).

Dozor nad dodržiavaním zákazu reklamy zbraní a streliva vykonáva **Slovenská obchodná inšpekcia**.

4.1.5. Reklama liekov

Zákonodarca reguláciu reklamy liekov transponoval do § 8 zákona o reklame. Právny kontext marketingovej činnosti v oblasti liekov je zachytený aj v ďalších právnych predpisoch (napr. zákon č. 362/2011 Z. z. o liekoch a zdravotníckych pomôckach) a pre oblasť praxe by opomenutie zohľadnenia týchto nadväzujúcich aspektov mohlo viesť k právne rizikovému či dokonca protiprávnemu konaniu.

Liek je produktom, ktorý **významne ovplyvňuje zdravie ľudí a zvierat**. Preto si reklama liekov vyžaduje osobitnú úpravu. Obmedzujúce opatrenia reklamy sa dotýkajú niektorých skupín liekov, a to tých, ktoré sa vydávajú len na lekársky predpis alebo ktoré sa uhrádzajú zo zdravotného poistenia a liekov, ktoré nie sú v Slovenskej republike registrované. Lieky nesmú byť v reklame prezentované tak, aby to nabádalo na ich nadmerné užívanie alebo užívanie bez potreby lekárskeho vyšetrenia.

Na reklamu liekov, okrem špeciálnej úpravy reklamy liekov v § 8, sa taktiež vzťahujú ustanovenia o reklame týkajúce sa všeobecných požiadaviek na reklamu a prípustnosti porovnávacej reklamy (§ 3 a § 4 zákona o reklame).

Reklama liekov zahŕňa akúkoľvek formu podomového informovania, agitačnú činnosť alebo podnecovanie smerujúce k podpore predpisovania, vydávania, predaja alebo spotreby liekov.

Reklama liekov je:

- a) reklama liekov určená verejnosti,
- b) reklama liekov určená osobám oprávneným predpisovať lieky a osobám oprávneným vydávať lieky,
- c) návšteva osoby oprávnenej predpisovať lieky a osoby oprávnenej vydávať lieky obchodným zástupcom držiteľa rozhodnutia o registrácii lieku (tzv. lekárskeho zástupcu), ktorej cieľom je propagácia liekov,
- d) poskytovanie vzoriek liekov verejnosti, osobám oprávneným predpisovať lieky a osobám oprávneným vydávať lieky,

- e) poskytovanie stimulov smerujúcich k predpisovaniu liekov alebo vydávaniu liekov, ako sú dary, ponuky alebo prísľuby akéhokoľvek prospechu alebo mimoriadnej peňažnej alebo vecnej odmeny s výnimkou tých, ktorých hodnota je nepatrná,
- f) sponzorovanie propagačných podujatí, na ktorých sa zúčastňujú osoby oprávnené predpisovať lieky alebo osoby oprávnené vydávať lieky,
- g) sponzorovanie vedeckých kongresov, na ktorých sa zúčastňujú osoby oprávnené predpisovať lieky alebo osoby oprávnené vydávať lieky, vrátane preplácania cestovných náhrad a nákladov na ubytovanie, ktoré sú spojené s účasťou na tomto podujatí.

Reklama liekov nie je:

- a) označovanie lieku a písomná informácia pre používateľov lieku,
- b) korešpondencia, ktorá môže byť doplnená materiálom nepropagačnej povahy, potrebná na zodpovedanie osobitnej otázky týkajúcej sa lieku,
- c) odkazový materiál a informácia vzťahujúca sa napríklad na zmenu balenia lieku, na varovanie pred nežiaducimi účinkami v rámci dohľadu nad liekmi alebo obchodný katalóg a cenník za podmienky, že neobsahuje žiadne informácie o liekoch,
- d) informácia týkajúca sa zdravia alebo chorôb ľudí, ak neobsahuje priamy alebo nepriamy odkaz na liek,
- e) zverejnenie informácie o internetovom výdaji, ponúkanom sortimente liekov a zdravotníckych pomôcok, ich cene a nákladoch spojených so internetovým výdajom podľa osobitného predpisu,
- f) zverejnenie informácií týkajúcich sa užívania liekov, cien liekov, náhradných generických liekov a kontraindikácií a interakcií alebo elektronickej aplikácie, ktorá obsahuje informácie týkajúce sa liekov, cien liekov, náhradných generických liekov a kontraindikácií,
- g) zverejnenie informácií obsahujúcich len názov a cenu lieku alebo liekov.

Zakazuje sa reklama liekov:

- ktoré nie sú v Slovenskej republike registrované,
- ktoré obsahujú omamné látky, psychotropné látky a prípravky,
- ktorých výdaj je viazaný na lekársky predpis alebo na veterinárny lekársky predpis,
- ktorých výdaj nie je viazaný na lekársky predpis, avšak ktoré sa uhrádzajú na základe verejného zdravotného poistenia.

Predmetný zákaz sa nevzťahuje:

- na očkovacie kampane organizované držiteľom rozhodnutia o registrácii lieku alebo zástupcom držiteľa rozhodnutia o registrácii lieku, ak sú povolené ministerstvom zdravotníctva,
- na reklamu určenú osobám oprávneným predpisovať lieky a osobám oprávneným vydávať lieky.

Zákon o reklame výslovne zakazuje:

- priamo distribuovať lieky verejnosti na účely reklamy,
- vykonávať s cieľom propagácie liekov návštevy osôb oprávnených predpisovať lieky počas ich ordinačných hodín,
- osobám oprávneným predpisovať humánne lieky prijímať počas ich ordinačných hodín návštevy lekárskeho zástupcu s cieľom reklamy humánnych liekov,
- distribuovať antimikrobiálne veterinárne lieky na propagačné účely v akejkoľvek forme vrátane distribúcie ich vzoriek podľa osobitného predpisu.

Ďalšie zákonné požiadavky na reklamu liekov sú:

- musí sa v každej časti zhodovať s údajmi uvedenými v súhrne charakteristických vlastností lieku,
- musí podporovať racionálne používanie lieku objektívnym informovaním o vlastnostiach lieku bez zveličovania vlastností lieku,
- nesmie byť klamlivá,
- musí byť zostavená tak, aby bolo jednoznačné, že informácia je reklamou, a aby sa výrobok, ktorý je predmetom reklamy, dal jednoznačne identifikovať ako liek,
- musí obsahovať:
 1. názov lieku a názov liečiva, len ak obsahuje jedno liečivo,
 2. nevyhnutné informácie o správnom používaní,
 3. výslovnú a zrozumiteľnú výzvu na pozorné prečítanie poučenia o správnom používaní lieku obsiahnutého v písomnej informácii pre používateľov liekov, ktorá je priložená k lieku,
 4. ak je predmetom reklamy tradičný rastlinný liek, text: „Tradičný rastlinný liek určený na indikácie overené výhradne dlhodobým používaním”,.

Reklama liekov určená pre verejnosť nesmie obsahovať žiadny prvok, ktorý:

- vyvoláva dojem, že lekárske vyšetrenie alebo lekárske zákroky sú zbytočné,
- ponúka určenie diagnózy alebo spôsob liečby korešpondenciou,

- vyvoláva dojem, že účinky lieku sú zaručené a nie sú sprevádzané žiadnymi nežiaducimi účinkami alebo sú lepšie alebo rovnaké ako účinky iného lieku alebo inej liečby,
- naznačuje, že dobrý zdravotný stav osoby by sa mohol zlepšiť užívaním lieku,
- naznačuje, že dobrý zdravotný stav osoby by mohol byť ovplyvnený neužívaním lieku; tento zákaz sa nevzťahuje na očkovacie kampane,
- oslovuje výlučne alebo hlavne deti,
- obsahuje odporúčanie vedcov, zdravotníckych pracovníkov alebo známych osôb, ktoré svojou popularitou môžu podnietiť spotrebu liekov,
- pripodobňuje liek k potravine, kozmetickému výrobku alebo k inému spotrebnému tovaru,
- vyvoláva dojem, že bezpečnosť alebo účinnosť lieku spočívajú v tom, že má prírodný pôvod,
- môže prostredníctvom opisu alebo podrobným znázornením anamnézy viesť k mylnému samourčeni diagnostiky,
- odkazuje nadmerným, hrozivým alebo klamlivým spôsobom na potvrdenie o vyliečení ochorenia,
- používa nadmerným, hrozivým alebo klamlivým spôsobom zobrazenia zmien ľudského organizmu spôsobených chorobou alebo zranením a znázorňuje účinok lieku v ľudskom organizme na tieto zmeny.

Dozor nad reklamou liekov vykonáva **Štátny ústav pre kontrolu liečiv** a dozor nad reklamou veterinárnych liekov vykonáva **Ústav kontroly veterinárnych liečiv**.

4.1.6. Reklama dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov

Reklama dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov (§ 6 ods. 3 zákona č. 152/1995 Z. z. o potravinách - napr. počiatková dojčenská výživa, následná dojčenská výživa, detské potraviny a pod.) **je prípustná len:**

- **v publikáciách zameraných na starostlivosť o dojčatá a malé deti a**
- **vo vedeckých publikáciách.**

Reklama dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov:

- a) môže obsahovať iba vedecky overené a vecne správne údaje,
- b) nesmie viesť k záveru, že dojčenské prípravky a následné doplnkové prípravky sú rovnocenné s materským mliekom alebo že sú lepšie ako materské mlieko,

- c) musí obsahovať informácie o ich správnej príprave a ich správnom užití,
- d) nesmie obsahovať slovné výrazy „humanizovaný“, „maternizovaný“ alebo obdobné výrazy,
- e) musí obsahovať zreteľný a ľahko čitateľný text „Dôležité upozornenie“ doplnený textom poukazujúcim na prednosť dojčenia s odporúčaním, aby sa výrobok užíval iba na základe rady odborníkov medicíny, výživy alebo liečiv alebo iných osôb profesionálne sa zaoberajúcich starostlivosťou o dojčenie,
- f) nesmie obsahovať také vyobrazenie dojčaťa alebo taký obrázok alebo údaj, ktoré by mohli idealizovať užitie takéhoto výrobku; môže však obsahovať grafické vyobrazenia na určenie výrobku alebo na ilustráciu spôsobu jeho prípravy alebo užitia.

Reklama dojčenských prípravkov rozdávaním vzoriek, upozorňovaním na zľavu, pridaním ďalších výrobkov alebo osobitnou ponukou je zakázaná.

Dozor nad dodržiavaním obmedzení reklamy dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov vykonávajú **Úrad verejného zdravotníctva SR a regionálne úrady verejného zdravotníctva**.

4.1.7. *Soft law*

Regulácia reklamy sa v slovenskom právnom prostredí uskutočňuje nielen prostredníctvom normatívnych právnych nástrojov, ale aj prostredníctvom **neformálnych (mimoprávných) etických pravidiel (*soft law*)**. Je potrebné vychádzať z predpokladu, že obmedzovanie práva poskytovať a šíriť reklamné oznámenie by malo byť chránené rovnako ako akýkoľvek iný prejav v rámci slobody prejavu. Vrchnostenské zásahy zo strany štátu by mali nastúpiť až v prípade zlyhania samoregulačných mechanizmov daného profesijného prostredia.

V tomto smere je nezastupiteľná úloha **Rady pre reklamu**, ktorá je orgánom etickej samoregulácie reklamy. Od roku 1995 je Rada pre reklamu členom **EASA – European Advertising Standards Alliance** – Európskej aliancie samoregulačných orgánov v oblasti reklamy so sídlom v Bruseli, ktorá koordinuje spoluprácu národných inštitúcií i nadnárodných združení. Vyvinula systém tzv. cezhraničných sťažností, keď sa zadávateľ pochádzajúci z jedného štátu môže sťažovať na reklamu šírenú v štáte druhom. Cieľom EASA je zastupovať záujmy oblasti marketingovej komunikácie pri tvorbe európskej legislatívy.

Hlavným cieľom Rady pre reklamu je zabezpečovať a presadzovať, aby sa na území Slovenskej republiky šírila čestná, slušná, decentná, legálna a pravdivá reklama. Rada pre reklamu združuje subjekty, ktoré aktívne vstupujú do procesu marketingovej komunikácie –

asociácie zadávateľov reklamy, reklamné agentúry, médiá, ako aj podnikateľské subjekty, využívajúce propagáciu formou reklamy. Členovia sa zaviazali dodržiavať **Etický kódex – etické pravidlá reklamnej praxe** a udržiavať dobré meno reklamy. Kódex je postavený na princípoch univerzálnej platnosti, subsidiarity etických pravidiel a technologickej neutrality. Kódex nenahrádza právnu reguláciu reklamy, avšak nadväzuje na ňu ustanovením etických zásad. S cieľom posudzovania súladu reklám s Etickým kódexom zriadila Rada pre reklamu nezávislý 13-členný orgán, ktorým je **Arbitrážna komisia**. Rozhodnutia Arbitrážnej komisie nenahrádzajú súdne rozhodnutia (resp. rozhodnutia orgánov dozoru) a v prípade správneho alebo súdneho konania môžu slúžiť nanajvýš ako nezáväzný návod na posúdenie celkového prípadu v podobe listinného dôkazu.

4.2. PRÁVNA ÚPRAVA AUDIOVÍZIE

Zákon č. 40/2015 Z. z. o audiovizíii sa vzťahuje na:

- a) **audiovizuálne dielo** uvádzané na verejnosti na území Slovenskej republiky audiovizuálnym predstavením, rozširované na území Slovenskej republiky na akomkoľvek nosiči alebo odplatne sprístupňované verejnosti z územia Slovenskej republiky,
- b) **zvukový záznam umeleckého výkonu** rozširovaný na území Slovenskej republiky na akomkoľvek nosiči alebo odplatne sprístupňovaný verejnosti z územia Slovenskej republiky,
- c) **multimediálne dielo** rozširované na území Slovenskej republiky na akomkoľvek nosiči alebo odplatne sprístupňované verejnosti z územia Slovenskej republiky,
- d) **zvukovo-obrazový záznam**, ktorý má audiovizuálnu hodnotu.

Audiovizuálny zákon **sa nevzťahuje** na audiovizuálne dielo, zvukový záznam umeleckého výkonu ani na multimediálne dielo, ktoré sú **reklamou** alebo **inzerciou**. Zákon o audiovizíii vymedzuje niekoľko základných pojmov.

Audiovizuálne dielo je v zmysle uvádzaných v ďalšom texte autorského zákona dielo, ktoré je vnímateľné prostredníctvom technického zariadenia ako rad súvisiacich obrazov, či už sprevádzaných zvukom alebo nie, ak je určené na uvádzanie na verejnosti (t. j. napr. televízny film, ktorý je vnímateľný prostredníctvom obrazovky a reproduktorov televízora alebo iného elektronického zariadenia). Na účely plnenia povinností v oblasti ochrany maloletých sa vymedzujú pojmy audiovizuálne dielo určené len dospelým a audiovizuálne dielo určené maloletým. Audiovizuálne dielo určené len dospelým je definované ako audiovizuálne dielo,

ktoré môže svojím charakterom alebo obsahom ohroziť vývin fyzickej osoby mladšej ako 18 rokov (t. j. maloletého); je to najmä také audiovizuálne dielo, ktoré obsahuje pornografiu alebo hrubé či neodôvodnené násilie. Tieto kritériá sa uplatnia aj vo vzťahu k zvukovému záznamu umeleckého výkonu určenému len dospelým a multimediálnemu dielu určenému len dospelým.

Audiovizuálne predstavenie je forma šírenia audiovizuálneho diela na verejnosti prostredníctvom audiovizuálneho technického zariadenia pre individuálne neurčený počet osôb vo verejne prístupnom priestore (t. j. napr. filmové predstavenie v kinosále alebo na verejnom priestranstve na filmovom festivale).

Dabing a titulkovanie sú spracovaniami pôvodného audiovizuálneho diela, pričom za dabing sa okrem nahovorenia slovesnej zložky do iného jazyka považuje aj tlmočenie do posunkovej reči a simultánne tlmočenie a titulkovaním doplnenie pôvodného audiovizuálneho diela o otvorené alebo skryté titulkovanie. Dabingom je aj hlasové komentovanie pre nevidiacich ako doplnenie hovoreného popisu vizuálnych situácií, ktorých popis alebo vyjadrenie neobsahuje zvuková zložka audiovizuálneho diela.

Kinematografické dielo je audiovizuálne dielo pôvodne určené na uvádzanie na verejnosti audiovizuálnym predstavením.

Mediatékou sa rozumie verejnosti prístupné zariadenie, prostredníctvom ktorého sa užívateľovi zariadenia dočasne prenechávajú na užívanie rozmnoženiny audiovizuálneho diela, zvukového záznamu umeleckého výkonu alebo multimediálneho diela. Na Slovensku prevádzkujú vlastnú mediatéku napr. Slovenský filmový ústav alebo Vysoká škola múzických umení, ale máme tu dostupné aj komerčné digitálne mediatéky napr. v rámci služieb Google Play alebo App Store.

Multimediálne dielo je multimediálna audiovizuálna prezentácia spĺňajúca nasledujúce charakteristiky: (i) je riadená počítačovým programom, (ii) umožňuje vyhľadávanie alebo prezentáciu v rôznych mediálnych formách, (iii) je transformovaná do digitálnej formy, ale umožňuje aj analógovú prezentáciu informácií a (iv) umožňuje prostredníctvom počítačového rozhrania používateľovi interaktivitu zásahom do deja prezentácie. Multimediálnym dielom je napr. počítačová hra.

Počítačová herňa je zariadenie prístupné verejnosti, ktoré je vybavené na prevádzkovanie počítačových hier prostredníctvom hracích zariadení alebo technických zariadení obsluhovaných priamo hráčmi.

Zákon upravuje **jednotný systém označovania**, ktorý je systémom klasifikácie audiovizuálnych diel, zvukových záznamov umeleckých výkonov, multimediálnych diel, programov poskytovaných prostredníctvom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie a

programov alebo iných zložiek programovej služby vekovou vhodnosťou z hľadiska ich neprístupnosti, nevhodnosti alebo vhodnosti pre vekovú skupinu maloletých do 7, 12, 15 alebo 18 rokov. Pri uplatnení jednotného systému označovania povinné osoby vyhodnotia na základe ustanovených kritérií nevhodnosti a neprístupnosti obsah z hľadiska ochrany maloletých a na základe tohto hodnotenia ustanoveným spôsobom označia audiovizuálne dielo, program alebo záznam vekovou vhodnosťou z hľadiska ich neprístupnosti, nevhodnosti alebo vhodnosti. Okrem vekovej vhodnosti jednotný systém označovania používa aj popisný znak (deskriptor) z hľadiska prítomnosti typu potenciálne škodlivého obsahu, ktorý je v diele či zázname obsiahnutý (násilie, diskriminácia, strach, závislosť, sex, vulgarizmy a nahota).

S cieľom zabezpečenia ochrany maloletých pred nevhodným obsahom a zaistenia tomu zodpovedajúcej informovanosti pre verejnosť sa ustanovuje **povinnosť distributéra** audiovizuálneho diela (zvukového záznamu umeleckého výkonu, multimedialného diela) **určiť vekovú vhodnosť** podľa jednotného systému označovania a **uviesť ju na viditeľnom mieste na obale nosiča** audiovizuálneho diela (zvukového záznamu umeleckého výkonu, multimedialného diela), na viditeľnom mieste nosiča audiovizuálneho diela (zvukového záznamu umeleckého výkonu, multimedialného diela) a na distribučnom liste audiovizuálneho diela (multimedialného diela). Povinnosť uviesť vekovú vhodnosť na viditeľnom mieste nosiča audiovizuálneho diela sa nevzťahuje na nosič audiovizuálneho diela používaný len pri audiovizuálnom predstavení.

Povinnosť poskytnúť informácie o vekovej vhodnosti audiovizuálnych diel, zvukových záznamov umeleckých výkonov a multimedialných diel sa ustanovuje aj pre **prevádzkovateľa audiovizuálneho technického zariadenia, prevádzkovateľa mediátek a prevádzkovateľa počítačovej herne**. Prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia (najmä kina) zabezpečuje informovanie zverejnením vekovej vhodnosti audiovizuálneho diela vo verejne prístupnom priestore. Prevádzkovateľ mediátek je povinný zabezpečiť zverejnenie vekovej vhodnosti v katalógu audiovizuálnych diel (zvukových záznamov umeleckých výkonov, multimedialných diel) prístupnom verejnosti v priestoroch mediátek alebo na rozmnoženinách audiovizuálnych diel (zvukových záznamov umeleckých výkonov, multimedialných diel). Prevádzkovateľ počítačovej herne je povinný zabezpečiť zverejnenie vekovej vhodnosti v katalógu multimedialných diel prístupnom verejnosti v priestoroch počítačovej herne alebo na rozmnoženinách multimedialných diel.

Rozširovanie audiovizuálneho diela určeného len dospelým je možné uskutočňovať len takým spôsobom, ktorý **vylúči prístup maloletých** k takémuto dielu. Pri rozširovaní alebo

spřístupňovaní verejnosti musí byť takéto audiovizuálne dielo tiež označené osobitným upozornením.

Distributér audiovizuálneho diela, ktorý verejne rozširuje audiovizuálne dielo v pôvodnej jazykovej úprave inej ako v slovenskej jazykovej úprave, **je povinný zabezpečiť** pre toto audiovizuálne dielo aj **slovenskú jazykovú úpravu**, a to buď dabingom v slovenskom jazyku, alebo titulkovaním v slovenskom jazyku. Túto povinnosť distributér nemá, ak toto audiovizuálne dielo je v jazykovej úprave, ktorá spĺňa požiadavku základnej zrozumiteľnosti z hľadiska štátneho jazyka, t. j. v českom jazyku.

Zákon o audiovizíi tiež vo vzťahu k svojmu predmetu úpravy stanovuje osobitné požiadavky na reklamu. Zaraďuje ich do štyroch oblastí, ako sú:

1. reklama pri audiovizuálnom predstavení,
2. reklama verejne rozširovaná na nosiči spolu s audiovizuálnym dielom alebo multimediamiálnym dielom,
3. umiestňovanie produktov a
4. sponzorovanie.

Ad 1.: Prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia (kina) je povinný zabezpečiť, aby **reklama bola rozoznateľne a zreteľne oddelená od audiovizuálneho predstavenia zvukovo-obrazovým prostriedkom**. V nadväznosti na súčasnú právnu úpravu sa ustanovuje **zákaz prerušovať reklamou audiovizuálne predstavenie**. Vymedzujú sa druhy reklamy, ktorú sa zakazuje uverejňovať pri audiovizuálnom predstavení audiovizuálneho diela určeného maloletým (napr. reklama na alkoholické nápoje alebo erotický tovar, reklama na filmy nevhodné pre maloletých a pod.).

Ad 2.: Obdobné pravidlá ako ad 1. platia aj pre distributéra audiovizuálneho alebo multimediamiálneho diela (napr. CD nosičov s filmami alebo počítačovými hrami).

Ad 3.: **Umiestňovanie produktov** je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do audiovizuálneho diela za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.

Výrobca slovenského audiovizuálneho diela je však vždy povinný zabezpečiť, aby slovenské audiovizuálne dielo, ktoré vyrobil, spĺňalo tieto požiadavky:

- a) jeho obsah nie je ovplyvnený takým spôsobom, ktorý by mal dosah na nezávislosť výrobcu slovenského audiovizuálneho diela,
- b) priamo nepodporuje nákup, predaj alebo prenájom tovaru alebo služieb, najmä osobitnými odkazmi na tieto tovary alebo služby,
- c) nepripisuje neprimeranú dôležitosť príslušnému tovaru alebo službe,

- d) verejnosť je zreteľne informovaná o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku alebo na konci audiovizuálneho diela.

Zakazuje sa umiestňovanie produktov:

- a) týkajúce sa liekov, ktoré sú dostupné len na lekárske predpis, a zdravotných výkonov uhrádzaných na základe verejného zdravotného poistenia podľa osobitného predpisu,
b) týkajúce sa cigariet, iných tabakových výrobkov, elektronických cigariet a plniacich fľaštičiek pre elektronické cigarety.

Umiestňovanie produktov týkajúce sa alkoholických nápojov sa nesmie zameriavať na maloletých, nesmie nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov.

Ad 4.: **Sponzorovaním** sa rozumie plnenie určené na priame alebo nepriame financovanie výroby, distribúcie alebo uvádzania audiovizuálneho diela pri audiovizuálnom predstavení s cieľom propagovať sponzora alebo jeho aktivity. **Sponzorom** však **nie je** výrobca alebo distributér daného audiovizuálneho diela či prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia (kina), prostredníctvom ktorého sa audiovizuálne dielo uvádza na verejnosti a ani nimi poskytnuté plnenie nie je sponzorovaním. Okrem toho **sponzorom nesmie byť** osoba, ktorej hlavnou činnosťou sú výroba alebo predaj cigariet či iných tabakových výrobkov, elektronických cigariet alebo plniacich fľaštičiek pre elektronické cigarety alebo výroba, predaj alebo nájom zbraní alebo streliva.

Sponzorované audiovizuálne dielo:

- a) musí byť zreteľne označené sponzorským odkazom na začiatku alebo na konci a
b) nesmie podporovať predaj, nákup ani prenájom tovarov alebo služieb sponzora alebo tretej osoby (najmä v ňom uvedenými osobitnými propagačnými zmienkami o uvedených tovaroch či službách).

4.3. REGULÁCIA MASOVOKOMUNIKAČNÝCH PROSTRIEDKOV

4.3.1. Všeobecný výklad o mediálnych službách

Najvýraznejšou zmenou, ktorú prináša zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách), je **zahnutie platforiem na zdieľanie videí do regulačného rámca audiovizuálnych mediálnych služieb**. Z tohto dôvodu nová legislatíva upravuje práva a povinnosti okrem vysielateľov, poskytovateľov audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie, prevádzkovateľov retransmisie,

poskytovateľov multiplexu, aj práva a povinnosti poskytovateľov platformy na zdieľanie videí a tiež poskytovateľov obsahovej služby, ktorí nespádajú medzi uvedené subjekty.

Hlavným cieľom zákona o mediálnych službách je transponovať do právneho poriadku Slovenskej republiky **revidovanú Smernicu o audiovizuálnych mediálnych službách**⁸⁶ a zároveň sprehľadniť právnu úpravu v dotknutej oblasti.

Zákon o mediálnych službách sa vzťahuje na⁸⁷:

- a) vysielateľa, a to:
 - (i) rozhlasovej programovej služby (napr. RTVS, D.EXPRES, k. s. – vysielateľ Rádia Expres),
 - (ii) vysielateľa televíznej programovej služby (napr. MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o., MAC TV s.r.o. – vysielateľ TV JOJ),
 - (iii) vysielateľa programovej služby prostredníctvom internetu (tzv. *webcasting*) (v SR ku dňu vydania tejto učebnice len IVAMAR s.r.o., vysielateľ rozhlasovej programovej služby FIT Family RADIO), pričom za *webcasting* sa nepovažuje tzv. *simulcasting*, keď sa prenos prostredníctvom internetu uskutočňuje simultánne s vysielaním programovej služby,
- b) poskytovateľa audiovizuálnej mediálnej služby (tiež len „AVM služba“) na požiadanie (napr. MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. – poskytovateľ AVM služby VOYO, Slovak Telekom, a.s. – poskytovateľ AVM služby Magio kino),
- c) prevádzkovateľa retransmisie (retransmisia podľa zákonnej definície je príjem a súčasný nezmenený prenos pôvodného vysielania programovej služby alebo jej podstatnej časti určenej na príjem verejnosťou uskutočnený sieťou) (napr. SATRO s.r.o., O2 Slovakia, s.r.o.),
- d) poskytovateľa multiplexu (multiplex podľa zákonnej definície je súhrnný dátový tok obsahujúci čiastkové dátové toky televíznych programových služieb, rozhlasových programových služieb alebo iných obsahových služieb vrátane hlasových služieb upravených na spoločné šírenie prostredníctvom príslušného telekomunikačného zariadenia) (napr. Towercom, a.s., AVIS, s.r.o.) a
- e) poskytovateľa platformy na zdieľanie videí (v SR ku dňu vydania tejto učebnice len NIKÉ spol. s r.o. prevádzkujúca platformu na zdieľanie videí www.nikefondsportu.sk;

⁸⁶Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správny opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) (kodifikované znenie) (Ú. v. EÚ, 18. 12. 2018).

⁸⁷Príklady subjektov uvádzame podľa <https://rpms.sk/zoznamy-regulovanych-subjektov> [cit. 31.10.2023].

oveľa viac sa však využívajú platformy prevádzkované najmä zahraničnými poskytovateľmi, ktorí nie sú regulovaní slovenskými orgánmi – napr. TikTok, YouTube, Vimeo a pod.).

V súvislosti s novými podmienkami regulácie nanovo upravujú aj postavenie a pôsobnosť, vrátane širších kompetencií, národného nezávislého regulačného orgánu, ktorým je v podmienkach Slovenskej republiky **Rada pre mediálne služby**. Pri regulácii činností spojených s audiovizuálnymi mediálnymi službami bolo nevyhnutné zahrnúť do predmetnej právnej úpravy aj ďalšie orgány štátnej správy, a to najmä Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky či Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb.

Medzi základné komunikáty, ktoré upravuje zákon o mediálnych službách, možno zaradiť program a doplnkové vysielanie.

Zákon upravuje pojem **obsahová služba**, ktorá bola zavedená do slovenského právneho poriadku dnes už zrušeným zákonom o digitálnom vysielaní. Ide o službu určenú verejnosti, koncovému užívateľovi alebo inému užívateľovi. Vytváranie a zostavovanie obsahu sú uskutočňované poskytovateľom vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť, a to buď z vlastnej iniciatívy alebo na základe individuálnych požiadaviek užívateľa. V rámci svojho vymedzenia obsahová služba zahŕňa rozličné poskytovanie audiovizuálneho obsahu, a to:

- a) vo vnímateľnej podobe, kedy obsah tvoria časovo usporiadané zvukové, obrazové alebo audiovizuálne komunikáty alebo štruktúrované textové informácie (**lineárna mediálna služba**), najmä programová služba;
- b) ako poskytovateľom zostavenú ponuku zvukových, obrazových alebo audiovizuálnych komunikátov alebo štruktúrovaných textových informácií, ku ktorým poskytovateľ služby umožňuje prístup užívateľovi jednotlivo alebo spoločne vo forme súboru obsahov (**nelineárna mediálna služba**), najmä audiovizuálna mediálna služba na požiadanie a elektronický programový sprievodca;
- c) ako poskytovateľom zostavenú ponuku obsahových služieb podľa písmena a) alebo b), ku ktorým poskytovateľ obsahovej služby umožňuje prístup užívateľovi jednotlivo alebo spoločne vo forme súboru služieb (**súborná mediálna služba**), najmä retransmisia programových služieb a multiplex (vrátane jeho ďalšieho nezmeneného verejného prenosu inou osobou než pôvodným poskytovateľom multiplexu);
- d) po novom aj poskytovaním platformy na zdieľanie obsahu, najmä videí a tiež prostredníctvom doplnkovej služby vysielania. Doplnková služba vysielania je doplnením programovej služby, s ktorou sa spoločne vysiela, a tvoria ju najmä:
 - rozhlasová dátová služba,

- teletext,
- jazyková mutácia programovej služby,
- multimodálny prístup k programovej službe (umožňuje prístup nepočujúcich alebo nevidiacich k programom vysielania),
- interaktívny prístup k programovej službe,
- doplnková on-line služba (napr. súbežné on-line vysielanie programových služieb vysielateľom – *simulcasting*) a
- elektronický programový sprievodca (EPG), ktorý umožňuje nielen vyhľadávať programy v programovej ponuke, ale napr. aj prepnúť na práve vysielaný program, spustiť vybraný program od začiatku, nastaviť jeho nahrávanie, vstúpiť do archívu vysielania, získať podrobné informácie o programe a pod.

Zákon o mediálnych službách obsahuje aj **negatívne vymedzenie**, ktoré stanovuje, čo sa nepovažuje za obsahovú službu. Takými prípadmi sú poskytovanie výlučne pripojenia k službe bez ďalšieho vplyvu na obsah (napr. hlasová služba, či pripojenie k internetu), zabezpečenie prístupu k obsahovej službe (napr. distribúcia signálu) či výkon verejnej správy poskytovaný pomocou telekomunikačnej siete alebo telekomunikačného zariadenia.

Poskytovateľ obsahovej služby má nasledujúce práva a povinnosti:

1. **poskytovať obsahovú službu slobodne a nezávisle**; do jej obsahu mu môže ktokoľvek zasahovať a jej príjem zakazovať iba na základe zákona a v jeho medziach,
2. je povinný **zachovávať mlčanlivosť o zdroji informácií** získaných pri svojej činnosti a o obsahu týchto informácií tak, aby sa nedala zistiť totožnosť osoby, ktorá informáciu poskytla; túto povinnosť má nielen poskytovateľ obsahovej služby, ale aj jeho zamestnanci a ďalšie osoby, ktoré sa podieľali na získavaní alebo spracovaní informácie od zdroja, ktorého totožnosť má zostať utajená; osobu zachovávajúcu mlčanlivosť môže od povinnosti mlčanlivosti oslobodiť udelením súhlasu len fyzická osoba, ktorá informáciu poskytla, a po jej smrti blízke osoby, pričom súhlas nie je platný, ak čo len jedna blízka osoba písomne vyslovila nesúhlas;
3. **nie je zodpovednosť za obsah poskytovanej obsahovej služby**; poskytovateľ obsahovej služby však nezodpovedá za:
 - pravdivosť informácií uvedených v iných formách propagácie,
 - klamlivú reklamu alebo porovnávaciu reklamu (to sa nevzťahuje na obsah, ktorým poskytovateľ obsahovej služby propaguje svoju osobu, aktivity, služby alebo produkty),
 - obsah uverejneného oznámenia v naliehavom verejnom záujme,

- obsah komunikátu, ktorého uverejnenie nariadil orgán verejnej moci,
- obsah komunikátu tretej osoby, ktorého uverejnením sa plní povinnosť uložená zákonom,
- obsah informácie, ktorú poskytli ústavný činiteľ, rozpočtová organizácia alebo príspevková organizácia zriadená orgánom verejnej moci alebo právnická osoba zriadená zákonom, a
- obsah uverejnený v rámci práva na vyjadrenie a práva na uverejnenie dodatočného oznámenia.

4.3.2. Regulácia jednotlivých typov poskytovateľov a nimi poskytovaných obsahových služieb

Pojem **vysielaťel'** sme definovali už v podkapitole 2.6.1., ale pre pripomenutie – ide o osobu, ktorá redakčne zodpovedá za obsah programovej služby a časové usporiadanie jednotlivých zložiek programovej služby, ktorú vysiela alebo ktorú necháva šíriť v úplnej a nezmenenej forme treťou osobou. Za vysielaťel'a sa považuje:

a) vysielaťel' zriadený zákonom⁸⁸ (**verejnoprávny vysielaťel'**),

b) vysielaťel', ktorý má povinnosť požiadať o autorizáciu vysielaťel'a programovej služby a nie je verejnoprávny vysielaťel'om (ďalej len „**oprávnený vysielaťel'**“); žiadateľ o autorizáciu sa stáva oprávneným vysielaťel'om až po autorizácii jeho programovej služby Radou pre mediálne služby.

Vysielaťel' môže vysielať:

a) **rozhlasovú programovú službu**, ktorú tvorí rad po sebe nasledujúcich zvukov vnímateľných sluchom, alebo

b) **televíznu programovú službu**, ktorú tvorí rad po sebe nasledujúcich obrazov vnímateľných zrakom sprevádzaných súvisiacim zvukom alebo bez neho.

Medzi **všeobecné povinnosti vysielaťel'a** patrí:

a) zabezpečiť stály prístup verejnosti k informáciám o vysielaťel'ovi, ktoré zahŕňajú nielen jeho základné identifikačné údaje ako obchodné meno, sídlo a IČO, ale aj vlastnícku štruktúru, identifikáciu konečného užívateľa výhod (t. j. fyzickú osobu, ktorá je konečným vlastníkom vysielaťel'a) či číslo autorizácie jeho programovej služby udelené Radou pre mediálne služby,

⁸⁸Zákon č. 532/2010 Z. z. o Rozhlase a televízii Slovenska a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

- b) zabezpečiť pri vysielaní programov a iných zložiek programovej služby používanie štátneho jazyka, jazykov národnostných menšín a iných jazykov,
- c) vysielat' kinematografické diela len v rámci časových lehôt a za podmienok dohodnutých s nositeľmi práv k týmto dielam,
- d) zabezpečiť, aby programy a iné zložky programovej služby vysielané v rámci volebnej kampane boli v súlade so zákonom o volebnej kampani,
- e) poskytnúť bezplatne v naliehavom verejnom záujme štátnym orgánom na ich požiadanie nevyhnutný vysielací čas na vysielanie dôležitého a neodkladného oznamu, výzvy alebo rozhodnutia alebo vysielanie informácie civilnej ochrany a zabezpečiť ich vysielanie aj s tlmočením do slovenského posunkového jazyka a zároveň titulovaním pre osoby so sluchovým postihnutím alebo simultánnym prepisom hovoreného slova,
- f) uchovávať súvislé záznamy vysielania počas 45 dní odo dňa ich vysielania v zodpovedajúcej kvalite a tento záznam poskytnúť Rade pre mediálne služby na jej vyžiadanie.

Vysielateľ televíznej programovej služby je ďalej povinný pri vysielaní televíznej programovej služby trvalo označiť na obrazovke svoju programovú službu nezameniteľným obrazovým symbolom (logom). To sa nevzťahuje na vysielanie reklamného oznamu a telenákupu.

Vysielateľ rozhlasovej programovej služby je ďalej povinný pri vysielaní rozhlasovej programovej služby označovať svoju programovú službu nezameniteľným zvukovým signálom aspoň raz za hodinu, ak sa tým nenaruší celistvosť programu.

Vysielateľ má tiež **oznamovacie povinnosti** voči Rade pre mediálne služby (napr. začiatok a ukončenie vysielania programovej služby terestriálnym vysielaním, pomocou satelitu a pod.).

Ďalší okruh **povinností vysielateľa** sa viaže na **právo verejnosti na prístup k informáciám**. Výkon výhradných práv vysielateľa na prenos alebo vysielanie zo záznamu politických, spoločenských, kultúrnych alebo športových podujatí nesmie obmedziť prístup verejnosti k informáciám o týchto podujatiach. Vysielateľ, ktorý má výhradné právo na vysielanie takého podujatia, je povinný umožniť iným vysielateľom vytvoriť z neho tzv. **krátke spravodajstvo** len za úhradu nákladov. Vysielateľ je tiež povinný zabezpečiť všestrannosť informácií a názorovú pluralitu v rámci vysielanej programovej služby a zabezpečiť objektívnosť a nestrannosť spravodajských programov a programov aktuálnej publicistiky, pričom názory a hodnotiace komentáre musia byť oddelené od informácií spravodajského charakteru. V Slovenskej republike tak nie je možné vysielanie jednoznačne politicky orientovaných televízií či rozhlasových staníc, ako je to v USA (napr. CNN preferuje politické

postoje Demokratickej strany, zatiaľ čo napr. Fox News politické postoje Republikánskej strany) či iných krajinách.

Ďalej vysielateľ má **povinnosti týkajúce sa obsahu vysielania**, a to na poli:

- a) **ochrany ľudskej dôstojnosti a ľudskosti**, konkrétne v rámci programovej služby nesmie:
 - (i) propagovať vojnu alebo opisovať kruté alebo inak neľudské konanie spôsobom, ktorý je ich nevhodným zľahčovaním, ospravedlňovaním alebo schvaľovaním,
 - (ii) šíriť informácie verejnosti s úmyslom verejne podnecovať na spáchanie niektorého z trestných činov terorizmu alebo ho verejne schvaľovať,
 - (iii) propagovať a podnecovať násilie alebo nenávisť, znevažovať alebo hanobiť na základe pohlavia, rasy, farby pleti, jazyka, viery a náboženstva, politického či iného zmýšľania, majetku, zdravotného postihnutia, veku, sexuálnej orientácie, narodenia, národného alebo sociálneho pôvodu, genetických vlastností, štátnej príslušnosti, príslušnosti k národnosti alebo k etnickej skupine,
 - (iv) bezdôvodne zobrazovať scény reálneho násillia, kde sa nenáležitou formou zdôrazňuje skutočný priebeh umierania alebo sa zobrazujú osoby vystavované fyzickému či psychickému utrpeniu spôsobom, ktorý sa považuje za neoprávnený zásah do ľudskej dôstojnosti,
- b) **ochrany maloletých**, za ktorých sa považujú osoby mladšie ako 18 rokov veku, vo vzťahu ku ktorým je vysielateľ povinný:
 - (i) zabezpečiť, aby obsah programovej služby, ktorý môže narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých, bol prístupný iba takým spôsobom, aby maloletí nemohli takéto programy alebo iné zložky programovej služby za bežných okolností počuť ani vidieť (t. j., môže byť vysielaný len v čase od 22.00 do 6.00),
 - (ii) zabezpečiť, aby zložky programovej služby, ktoré obsahujú pornografiu alebo hrubé, neodôvodnené násilie, boli vysielané len v prípade zabezpečenia technických opatrení na zabránenie prístupu maloletých (ide najmä o kódovanie alebo rodičovskú kontrolu),
 - (iii) určiť vekovú vhodnosť vysielaného alebo poskytovaného programu a typy potenciálne škodlivého obsahu, ktoré sú v ňom obsiahnuté, podľa jednotného systému označovania a dôsledne tento systém uplatňovať,
 - (iv) uverejniť označenie vekovej vhodnosti vysielaného alebo poskytovaného programu a typ potenciálne škodlivého obsahu, ktorý je v ňom obsiahnutý.

Napokon vysielateľ má povinnosť rešpektovať **právo na vyjadrenie a právo na dodatočné oznámenie**.

Ak bolo vo vysielanom programe uverejnené nepravdivé alebo neúplné skutkové tvrdenie, ktoré zasahuje do cti, dôstojnosti alebo súkromia fyzickej osoby alebo do dobrej povesti právnickej osoby, na základe ktorého možno osobu presne určiť, má táto osoba **právo na uverejnenie vyjadrenia**. Vysielateľ je povinný na žiadosť tejto osoby vyjadrenie uverejniť.

Žiadosť o uverejnenie vyjadrenia sa musí doručiť vysielateľovi do 30 dní od uverejnenia predmetného skutkového tvrdenia, inak právo na vyjadrenie zaniká. Ide teda o prekluzívnu lehotu. Žiadosť o uverejnenie vyjadrenia musí byť písomná, musí byť podpísaná žiadateľom a musí obsahovať zákonom stanovené obsahové náležitosti.

Vyjadrenie sa obmedzuje len na skutkové tvrdenie. Vyjadrením sa poprie, doplní, spresní alebo vysvetlí napádané skutkové tvrdenie a z neho vyplývajúci hodnotiaci úsudok. Vyjadrenie musí byť rozsahom primerané napádanému skutkovému tvrdeniu a z neho vyplývajúcemu hodnotiacemu úsudku.

Vysielateľ je povinný uverejniť vyjadrenie bezodplatne, s označením „vyjadrenie“, s pripojením mena a priezviska alebo názvu žiadateľa o uverejnenie vyjadrenia a bez súvisiaceho textu obsahujúceho hodnotiaci úsudok vysielateľa. Vyjadrenie sa zverejní zvyčajne do ôsmich dní odo dňa doručenia žiadosti o uverejnenie vyjadrenia alebo v inej primeranej lehote, ktorá zodpovedá periodicite vysielania programu a ktorá nesmie byť dlhšia ako 60 dní odo dňa doručenia žiadosti o uverejnenie vyjadrenia.

Vysielateľ nie je povinný uverejniť vyjadrenie, ak:

- a) môže dokázať pravdivosť skutkového tvrdenia, ktorého sa žiadosť o uverejnenie vyjadrenia týka,
- b) žiadosť o uverejnenie vyjadrenia nemá požadované náležitosti,
- c) smeruje voči skutkovému tvrdeniu uverejnenému na základe predchádzajúceho súhlasu žiadateľa o uverejnenie vyjadrenia,
- d) by boli uverejnením vyjadrenia spáchané trestný čin, priestupok, iný správny delikt alebo ak by bolo jeho uverejnenie v rozpore s dobrými mravmi,
- e) by uverejnenie vyjadrenia predstavovalo neoprávnený zásah do práv alebo právom chránených záujmov tretej osoby.

Ak vysielaný program, ktorý obsahuje komunikáty (komunikované informácie) novinárskej povahy alebo je komunikátom novinárskej povahy, obsahuje skutkové tvrdenie o konaní pred orgánom verejnej moci proti osobe, na základe ktorého možno osobu presne určiť, a toto

konanie bolo ukončené právoplatným rozhodnutím, má táto osoba **právo žiadať uverejnenie dodatočného oznámenia** o konečnom výsledku tohto konania.

Žiadosť o uverejnenie dodatočného oznámenia sa musí doručiť vysielateľovi do 30 dní od právoplatnosti rozhodnutia, ktorým sa konanie skončilo, inak právo na dodatočné oznámenie zaniká. Žiadosť o uverejnenie dodatočného oznámenia musí byť písomná, podpísaná žiadateľom a musí obsahovať zákonom ustanovené náležitosti.

Vysielateľ je povinný dodatočné oznámenie uverejniť bezodplatne a v takom znení, v akom bolo navrhnuté alebo dohodnuté so žiadateľom o uverejnenie dodatočného oznámenia, s označením „dodatočné oznámenie“. Dodatočné oznámenie sa zverejní zvyčajne do ôsmich dní odo dňa doručenia žiadosti o uverejnenie dodatočného oznámenia alebo v inej primeranej lehote, ktorá zodpovedá periodicite vysielania programu a ktorá nesmie byť dlhšia ako 60 dní odo dňa doručenia žiadosti o uverejnenie dodatočného oznámenia.

Vysielateľ nie je povinný uverejniť dodatočné oznámenie z rovnakých dôvodov, z akých nie je povinný uverejniť vyjadrenie (pozri vyššie).

Právo na vyjadrenie a právo na dodatočné oznámenie sa nevzťahujú na skutkové tvrdenie, ak vysielateľ nezodpovedá za obsah alebo pravdivosť informácie. Zmenou vysielateľa však povinnosť uverejniť vyjadrenie alebo dodatočné oznámenie nezaniká.

Poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie je osoba, ktorá redakčne zodpovedá za výber obsahu AVM služby na požiadanie (*on demand*) a určuje spôsob, akým je organizovaná. Charakteristickou vlastnosťou AVM služby na požiadanie je jej poskytovanie na osobitnú žiadosť užívateľa na základe zostaveného katalógu programov. Jej základným účelom je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil. AVM službou na požiadanie však nie je poskytovanie zvukových záznamov.

Poskytovateľ AVM služby na požiadanie má obdobné **všeobecné povinnosti a povinnosti týkajúce sa obsahu programov** (t. j. vo vzťahu k ochrane ľudskej dôstojnosti a ľudskosti a ochrane maloletých) ako vysielateľ. Vzhľadom na povahu AVM služby na požiadanie sú jeho informačné povinnosti voči Rade pre mediálne služby značne redukované a povinnosti v súvislosti s právom verejnosti na informácie nie sú vôbec stanovené.

Prevádzkovateľ retransmisie je osoba, ktorá vo vlastnom mene, na vlastný účet a na vlastnú zodpovednosť poskytuje retransmisiu ako službu koncovému užívateľovi.

Medzi **povinnosti prevádzkovateľa retransmisie** patria:

- a) zabezpečiť, aby do základnej programovej ponuky boli bezplatne zaradené programové služby:
 - (i) verejnoprávneho vysielateľa,

- (ii) oprávnených (autorizovaných) vysielateľov, ktoré možno prijímať bežným prijímacím zariadením v mieste príjmu,
 - (iii) programová služba oprávneného vysielateľa na lokálne digitálne vysielanie televíznej programovej služby alebo komunitného média,
- b) dodržiavať požiadavky ochrany integrity signálu, t. j. nesmie bez výslovného súhlasu vysielateľa zasahovať do vysielanej programovej služby alebo jej zložky.

Poskytovateľ multiplexu je osoba, ktorá vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť uvádza alebo je oprávnená uvádzať signál multiplexu určený na príjem verejnosťou do neprerušeneho prenosového reťazca vedúceho z multiplexora (telekomunikačného zariadenia slúžiaceho na zostavenie súhrnného dátového toku) na koncové zariadenie užívateľa alebo koncový bod siete. Poskytovateľ multiplexu môže zároveň vykonávať retransmisiu programových služieb; v takom prípade sa naň vzťahujú aj povinnosti poskytovateľa retransmisie.

Medzi **povinnosti poskytovateľa multiplexu** o. i. patria:

- a) nešíriť programovú službu vysielateľa, ktorý nemá oprávnenie na jej vysielanie,
- b) nešíriť signál komunitného média alebo obsahovú službu, ktorá nie je programovou službou, bez súhlasu ich poskytovateľa,
- c) zabezpečiť nediskriminačný prístup k poskytovateľom obsahových služieb a
- d) zabezpečiť prístup k signálu multiplexu každému koncovému užívateľovi, ktorý o to požiada, ak sa nachádza vo frekvenčnom vyhradení alebo dosahu.

Poskytovateľ platformy na zdieľanie videí má nasledujúce **povinnosti**:

- a) **na rozdiel od vysielateľa alebo poskytovateľa AVM služieb na požiadanie** nezodpovedá za obsah, ktorý sprostredkúva (nie je povinný ho ani sledovať), ibaže ho sám poskytne verejnosti,
- b) **podobne ako vysielateľ alebo poskytovateľ AVM služby na požiadanie** musí:
 - (i) zverejňovať informácie o sebe a svojom podnikaní,
 - (ii) prijať opatrenia na ochranu maloletých pred obsahom, ktorý môže narušiť ich fyzický, psychický alebo morálny vývin,
 - (iii) prijať opatrenia na ochranu verejnosti pred obsahom s propagáciou alebo podnecovaním násillia, hanobením na základe stanovených kritérií, ktorý môže byť detskou pornografiou, schvaľovaním trestného činu terorizmu, alebo obsahujú znaky trestných činov proti ľudskosti, trestných činov vojnových a trestných činov extrémizmu,

- (iv) vytvoriť a prevádzkovať mechanizmus na overenie veku užívateľov a rodičovskej kontroly a i.,
- c) napokon poskytovateľ platformy na zdieľanie videí má aj určité preňho **špecifické povinnosti**, ktoré sa u iných poskytovateľov obsahových služieb nevyskytujú, napr. povinnosť vytvoriť a prevádzkovať mechanizmus na nahlasovanie porušení a mechanizmus na hodnotenie obsahu platformy.

4.3.3. Právna úprava propagácie v médiách

Propagácia v médiách sa vyskytuje v dvoch podobách:

1. ako mediálna komerčná komunikácia a
2. ako iné formy propagácie.

Ad 1.: Mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povest' osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a:

- je poskytovaná ako súčasť programu alebo videa vytvoreného užívateľom alebo sprevádza program alebo video vytvorené užívateľom za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo
- je reklamnou programovou službou.

Mediálna komerčná komunikácia zahŕňa najmä:

- a) reklamný oznam (napr. reklamný televízny alebo rozhlasový spot);
- b) telenákup (ide o priamu ponuku vysielanú verejnosti s cieľom poskytnúť tovar alebo služby vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov za odplatu), ktorý môže mať podobu buď telenákupného šotu alebo telenákupného pásma v trvaní aspoň 15 minút bez prerušenia;
- c) sponzorovanie (je to plnenie určené na priame alebo nepriame financovanie obsahovej služby s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povest', tovary alebo aktivity osoby, ktorá také plnenie poskytuje),
- d) umiestňovanie produktov (zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu alebo videa vytvoreného užívateľom za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu),
- e) reklamnú programovú službu, ktorá môže mať dve podoby – programovú službu určenú výhradne na vlastnú propagáciu (napr. samostatný kanál vysielaťa, ktorý propaguje jeho programovú službu vysiellanú na iných kanáloch) a programovú službu určenú výhradne na vysielenie reklamných oznamov a telenákupu, a

- f) reklamnú reláciu (napr. keď je celá relácia venovaná propagácii služieb konkrétnej cestovnej kancelárie).

Skrytá mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využívajú na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie. Táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu. Skrytá mediálna komerčná komunikácia sa zakazuje.

Mediálna komerčná komunikácia musí byť ľahko odlišiteľná od iných zložiek programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie. Mediálna komerčná komunikácia využívajúca podprahové vnímanie človeka sa zakazuje.

Mediálna komerčná komunikácia nesmie (podobne ako obsahová služba):

- a) porušovať slobodu a rovnosť v dôstojnosti a právach ľudí,
- b) obsahovať ani podporovať diskrimináciu na základe pohlavia, rasy, farby pleti, jazyka, viery a náboženstva, politického či iného zmýšľania, majetku, zdravotného postihnutia, veku, sexuálnej orientácie, narodenia, národného alebo sociálneho pôvodu, genetických vlastností, štátnej príslušnosti, príslušnosti k národnosti alebo k etnickej skupine,
- c) nabádať na konanie, ktorým sa poškodzuje alebo ohrozuje zdravie alebo bezpečnosť, nabádať na konanie, ktorým sa hrubo poškodzuje ochrana životného prostredia.

V rámci ochrany maloletých mediálna komerčná komunikácia nesmie spôsobiť fyzickú, psychickú alebo morálnu ujmu maloletým tým, že:

- a) priamo nabáda maloletých na nákup tovarov alebo služieb tak, že zneužije ich neskúsenosť alebo dôverčivosť, na nákup tovarov alebo služieb, ktorých predaj sa týmto osobám zakazuje, resp. na to, aby presviedčali svojich rodičov alebo iné osoby o potrebe kúpiť im ponúkané tovary alebo služby,
- b) zneužíva osobitnú dôveru maloletých voči rodičom, pedagogickým zamestnancom alebo iným osobám alebo
- c) bezdôvodne zobrazuje maloletých v nebezpečných situáciách.

Mediálna komerčná komunikácia má vo vzťahu k **niektorým produktom** svoje špecifiká. Týka sa to liekov a alkoholických nápojov. Vo vzťahu k ďalším produktom, ako cigaretám, iným tabakovým výrobkom, elektronickým cigarám vrátane plniacich fľaštičiek, orgánom, tkanivám a bunkám s cieľom ponúknuť alebo nadobudnúť finančný zisk či porovnateľné

výhody, počiatočnej dojčenskej výžive a zbraniam alebo strelivu sa mediálna komerčná komunikácia úplne zakazuje. Veľa obmedzení na špecifické produkty stanovuje aj zákon o reklame, ale je možné povedať, že zákon o mediálnych službách je o dosť prísnejší.

Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa lieku, ktorého výdaj je viazaný na lekársky predpis alebo veterinárny lekársky predpis, **a zdravotného výkonu** uhrádzaného na základe verejného zdravotného poistenia sa zakazuje. Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa liekov, ktoré obsahujú omamné látky, psychotropné látky a prípravky, sa zakazuje. Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa liekov nesmie obsahovať žiadny prvok, ktorý:

- a) vyvoláva dojem, že lekárske vyšetrenie alebo lekársky zákrok sú zbytočné,
- b) ponúka určenie diagnózy alebo spôsob liečby korešpondenciou,
- c) vyvoláva dojem, že účinky lieku sú zaručené a nie sú sprevádzané žiadnymi nežiaducimi účinkami alebo sú lepšie alebo rovnaké ako účinky iného lieku alebo inej liečby,
- d) naznačuje, že dobrý zdravotný stav osoby by sa mohol zlepšiť užívaním lieku,
- e) naznačuje, že dobrý zdravotný stav osoby by mohol byť ovplyvnený neužívaním lieku,
- f) oslovuje výlučne alebo najmä deti,
- g) obsahuje odporúčanie vedcov, zdravotníckych pracovníkov alebo známych osôb, ktoré svojou popularitou môžu podnietiť spotrebu liekov,
- h) pripodobňuje liek k potravine, kozmetickému výrobku alebo k inému spotrebnému tovaru,
- i) vyvoláva dojem, že bezpečnosť alebo účinnosť lieku spočíva v tom, že má prírodný pôvod,
- j) môže prostredníctvom opisu alebo podrobným znázornením anamnézy viesť k mylnému samourčeniu diagnózy,
- k) odkazuje nadmerným, hrozivým alebo klamlivým spôsobom na potvrdenie o vyliečení ochorenia,
- l) používa nadmerným, hrozivým alebo zjavne zavádzajúcim spôsobom zobrazenia zmien ľudského organizmu spôsobených chorobou alebo zranením a znázorňuje účinok lieku v ľudskom organizme na tieto zmeny.

Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa alkoholických nápojov je v zákone o mediálnych službách upravená takmer identicky ako v zákone o reklame (bližšie pozri podkapitolu 4.1.2.).

Ad 2.: Za **iné formy propagácie**, ktoré nie sú mediálnou komerčnou komunikáciou, sa považujú:

- a) politická propagácia (je dovolená len počas volebnej kampane),
- b) oznam propagujúci náboženstvo alebo ateizmus (vysielanie takéhoto oznamu sa zakazuje),
- c) charitatívna výzva,
- d) kampaň vo verejnom záujme,
- e) informačná kampaň,
- f) informácia o vlastnom programe a
- g) súkromná inzercia.

4.3.4. Rada pre mediálne služby a *soft law*

Rada pre mediálne služby vykonáva dohľad nad dodržiavaním zákona o mediálnych službách poskytovateľmi obsahových služieb, teda týmito subjektmi:

- vysielateľ rozhlasovej a televíznej programovej služby,
- poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie,
- prevádzkovateľ retransmisie,
- poskytovateľ platformy na zdieľanie obsahu,
- poskytovateľ inej obsahovej služby,
- poskytovateľ multiplexu.

Do pôsobnosti Rady pre mediálne služby patrí okrem iného aj monitorovanie a hodnotenie činnosti samoregulačných mechanizmov a samoregulačných orgánov, ktoré tieto mechanizmy presadzujú. Rada vedie evidenciu **samoregulačných orgánov** aj ich kódexov správania. V súčasnosti je jediným samoregulačným orgánom zapísaným v evidencii **Rada pre reklamu**, ktorá sa riadi Etickým kódexom reklamnej praxe. Tento etický kódex rozšírila na všetkých poskytovateľov obsahovej služby **Opčným protokolom k Etickému kódexu reklamnej praxe o reklamnej praxi pri šírení mediálnej komerčnej komunikácie**.

Ak Rada pre mediálne služby zaeviduje podnet na preverenie týkajúci sa poskytovateľa obsahových služieb, ktorý sa zaviazal dodržiavať kódex presadzovaný samoregulačným orgánom, postúpi tento podnet príslušnému samoregulačnému orgánu. Ak Rada pre mediálne služby postúpila podnet na preverenie samoregulačnému orgánu, začne konanie vo veci dodržiavania povinností podľa zákona o mediálnych službách najskôr uplynutím 90 dní odo dňa postúpenia podnetu.

Vo veci, o ktorej rozhodol samoregulačný orgán zapísaný v evidencii, Rada pre mediálne služby už nekoná. Môže však začať konanie v prípade, že rozhodnutie samoregulačného orgánu

je v celkom zjavnom rozpore s kódexom alebo zákonom o mediálnych službách alebo sankcia uložená samoregulačným orgánom je celkom zjavne neprimeraná.

Ak Rada pre mediálne služby začala konanie vo veci dodržiavania povinností podľa zákona o mediálnych službách voči poskytovateľovi obsahovej služby, ktorý je viazaný kódexom, konanie preruší na čas do rozhodnutia samoregulačného orgánu. Ak samoregulačný orgán nerozhodne a neoznámí Rade svoje rozhodnutie do 90 dní od začatia konania, Rada pre mediálne služby pokračuje v konaní, inak konanie zastaví. Samoregulačný orgán je účastníkom tohto konania.

Samoregulačný orgán je oprávnený rozhodovať o sťažnosti na poskytovateľa obsahových služieb v rozsahu svojej pôsobnosti. Procesné pravidlá konania pred samoregulačným orgánom upravuje priamo samoregulačný orgán. Na účely posúdenia sťažnosti je samoregulačný orgán oprávnený požadovať od poskytovateľa obsahovej služby záznam vysielania alebo iný záznam obsahovej služby.

4.3.5. Právo publikácií

Hlavným cieľom zákona č. 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizíe a o zmene a doplnení niektorých zákonov (**zákon o publikáciách**) je reflektovať aktuálny vývoj a nové požiadavky v oblasti šírenia informácií, a to nie len prostredníctvom **tradičnej periodickej tlače**, ale aj prostredníctvom **elektronických periodických publikácií a spravodajských webových portálov**.

Zákon o publikáciách s účinnosťou od 1. 8. 2022 zrušil dovtedy platný zákon č. 167/2008 Z. z. o periodickej tlači a agentúrnom spravodajstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov (tlačový zákon).

Publikácia je slovom, písmom alebo obrazom vyjadrený obsah alebo súbor obsahov, verejne rozširovaný na území Slovenskej republiky alebo určený na sprístupňovanie verejnosti na území Slovenskej republiky s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť; publikáciou nie je audiovizuálne dielo, audiovizuálny záznam umeleckého výkonu a audiovizuálny záznam programu, ani zvukový záznam umeleckého výkonu hudobného diela a zvukový záznam programu.

Publikácie členíme na periodické a neperiodické.

Periodická publikácia je publikácia verejne rozširovaná alebo sprístupňovaná verejnosti najmenej dvakrát ročne pod rovnakým názvom a označená medzinárodným štandardným číslom seriálu (ISSN), ak bolo pridelené, ktorou sú:

- a) **periodická tlač** (napr. denník SME, týždenník Plus 7 dní, mesačník Zdravie),
- b) **elektronická periodická publikácia** (napr. vedecký časopis, ktorý vychádza len v elektronickej podobe, ako napr. vedecký časopis Obchodnej fakulty EU Studia Commercialia Bratislavensia),
- c) **spravodajský webový portál**, ktorý je definovaný ako periodická publikácia, ktorá sprostredkúva širokej verejnosti pravidelne aktualizované komunikáty (informácie) novinárskej povahy prostredníctvom aplikácie alebo webového sídla pod spoločným názvom webovej domény druhej úrovne alebo nižšej úrovne, ak nie je jej prílohou alebo osobitným obsahom; za pravidelné aktualizovanie sa považuje aktualizovanie, ktoré sa realizuje najmenej jedenkrát za týždeň (napr. www.aktuality.sk alebo www.postoj.sk).

Neperiodická publikácia je publikácia verejne rozširovaná alebo sprístupňovaná verejnosti spravidla jednorazovo, a to aj po častiach, ktorá:

- je označená medzinárodným štandardným číslom knihy (ISBN) alebo medzinárodným štandardným číslom hudobniny (ISMN) alebo
- síce nie je označená ISBN ani ISMN, ale spadá do niektorej z týchto kategórií:
 - (i) vedecká neperiodická publikácia alebo odborná neperiodická publikácia, ak má pridelený DOI (digitálny identifikátor objektu),
 - (ii) kartografické dielo,
 - (iii) kalendár,
 - (iv) ročenka,
 - (v) katalóg,
 - (vi) patentový dokument,
 - (vii) normatívny dokument,
 - (viii) omaľovánka,
 - (ix) plagát,
 - (x) pohľadnica,
 - (xi) program podujatia (kultúrneho, spoločensko-politického, športového) alebo
 - (xii) prospekt.

Do tejto kategórie neperiodických publikácií však nespadá publikácia, ktorá je propagáciou tovarov a služieb verejne rozširovanou alebo sprístupňovanou verejnosti bezodplatne (napr. leták alebo plagát propagujúci ponuku tovarov v supermarkete).

Vydavateľ publikácie je osoba, na podnet alebo pod vedením ktorej je publikácia vydaná alebo sprístupňovaná verejnosti a ktorá usmerňuje a zabezpečuje verejné rozširovanie publikácie alebo sprístupňovanie publikácie verejnosti na svoje náklady a zodpovednosť.

Prevádzkovateľ spravodajského webového portálu je osoba, ktorá redakčne zodpovedá za obsah spravodajského webového portálu a na vlastné náklady umožňuje verejnosti prístup k obsahu spravodajského webového portálu.

Tlačová agentúra je osoba, ktorá vyhľadáva a spracúva informácie s cieľom sprostredkovať ich odplatne v agentúrnom servise verejnosti, za ktorý aj redakčne zodpovedá. Príkladmi tlačových agentúr sú Tlačová agentúra Slovenskej republiky (TASR) alebo SITA.

Zákon o publikáciách upravuje **práva a povinnosti vydavateľa periodickej publikácie, prevádzkovateľa spravodajského webového portálu a tlačovej agentúry**.

Jedna zo základných povinností je zákonom stanovená vo vzťahu k **oznámeniu v naliehavom verejnom záujme**. Vymedzuje sa povinnosť poskytnutia súčinnosti v krízových situáciách, a v ďalších osobitnými predpismi špecifikovaných prípadoch, keď existuje nutnosť zverejniť oznámenie v naliehavom verejnom záujme.

V súlade s Odporúčaním č. R (94) 13 Výboru ministrov členským štátom o opatreniach na podporu transparentnosti médií sa ustanovuje **povinnosť označovať vydania periodickej publikácie povinnými údajmi**, ako aj rozsah tejto povinnosti. Vydavateľ periodickej publikácie je povinný zabezpečiť, aby každé vydanie periodickej tlače obsahovalo názov periodickej publikácie, označenie regionálnej alebo jazykovej mutácie, periodicitu vydávania, identifikáciu vydavateľa, dátum vydania, poradové číslo v kalendárnom roku a ročník vydania periodickej publikácie, cenu výtlačku alebo inej kópie periodickej publikácie; medzinárodné štandardné číslo seriálu (ISSN), ak bolo pridelené, evidenčné číslo periodickej publikácie.

V súvislosti s garantovaním slobodného a nerušeného výkonu práva na informácie a slobody prejavu sa upravuje **právo** vydavateľa periodickej publikácie, prevádzkovateľa webového portálu a tlačovej agentúry **na ochranu zdroja informácií získaných na zverejnenie**. Ochrana zdrojov informácií predstavuje základnú podmienku slobody médií a okrem európskej judikatúry vyplýva aj priamo z Odporúčania Rady Európy Rec (2000)7 Výboru ministrov členským štátom o práve novinárov nezverejniť svoje zdroje informácií. Na podporu rozvoja slobodných, nezávislých a pluralitných médií je nevyhnutné, aby vydavatelia periodickej publikácie, prevádzkovatelia webových portálov a tlačové agentúry mali právo a zároveň povinnosť nezverejňovať svoje zdroje informácií, ak zdroj tejto informácie požaduje utajenie svojej totožnosti, resp. ak si to okolnosti poskytnutia konkrétnych informácií vyžadujú. Jedinou výnimkou z ochrany zdroja je prípad prekazenja spáchania trestného činu, a to v prípade, že verejný záujem na predchádzaní trestnej činnosti celkom zjavne prevažuje nad záujmom na ochrane zdroja. V praxi to znamená, že ak prekazenie spáchania trestného činu môže osoba dosiahnuť výlučne len tak, že odtajní a oznámi zdroj svojej informácie, čím naruší

dôvernosť a citlivosť informácie, je potrebné posúdiť, či v danom prípade, keď dochádza ku kolízii dvoch chránených záujmov, verejný záujem na predchádzaní trestnej činnosti celkom zjavne prevažuje nad záujmom na ochranu zdroja. To, ktorý záujem prevažuje, bude potrebné skúmať individuálne v každom jednotlivom prípade.

Orgány verejnej moci, nimi zriadené rozpočtové organizácie a príspevkové organizácie a právnické osoby zriadené zákonom sú povinné na základe rovnosti poskytovať vydavateľovi periodickej publikácie, prevádzkovateľovi spravodajského webového portálu a tlačovej agentúre **informácie o svojej činnosti s cieľom pravdivo, včas a všestranne informovať verejnosť.**

Právo na vyjadrenie a právo na dodatočné oznámenie, ktoré majú svoje opodstatnenie v demokratickej spoločnosti, sa vzťahujú na vydavateľa periodickej publikácie, prevádzkovateľa spravodajského webového portálu a tlačovú agentúru. Podmienky využitia týchto práv, časové lehoty a dôvody odmietnutia sú obdobné úprave práva na vyjadrenie a práva na dodatočné oznámenie zakotvenej v zákone o mediálnych službách. Bližšie pozri podkapitolu 4.3.2. vyššie.

Zákon o publikáciách obsahuje novú právnu úpravu súvisiacu so **zabezpečením transparentnosti v oblasti financovania** periodickej publikácie a spravodajského webového portálu. Ak sú vydavateľ periodickej publikácie, prevádzkovateľ spravodajského webového portálu alebo vydanie periodickej publikácie financované hromadným financovaním, vydavateľ periodickej publikácie a prevádzkovateľ spravodajského webového portálu sú povinní zverejniť zoznam osôb, ktorých finančné plnenie na účely hromadného financovania presiahlo v kalendárnom roku 2.000 eur. Ak je hromadné financovanie vydania periodickej publikácie, vydavateľa periodickej publikácie alebo prevádzkovateľa spravodajského webového portálu realizované treťou osobou, vydavateľ periodickej publikácie a prevádzkovateľ spravodajského webového portálu sú povinní zverejniť zoznam osôb, ktorých finančný príspevok na účely hromadného financovania presiahol v kalendárnom roku 2.000 eur. Vydavateľ periodickej publikácie a prevádzkovateľ spravodajského webového portálu sú povinní zverejniť zoznam osôb, ktoré im poskytli dar alebo iné podobné plnenie bez primeraného protiplnenia, ktorého výška v priebehu kalendárneho roka presiahne celkovo 2.000 eur.

Vydavateľ periodickej publikácie a prevádzkovateľ spravodajského webového portálu sú povinní pred začatím vydávania alebo sprístupňovania periodickej publikácie verejnosti zapísať sa do registra partnerov verejného sektora; počas vydávania alebo

sprístupňovania periodickej publikácie verejnosti sú povinní byť zapísaní v registri partnerov verejného sektora.

Reklamná komunikácia v oblasti regulovanej zákonom o publikáciách nesie názov **inzercia**. Inzercia je oznámenie uverejnené v publikácii alebo v agentúrnom servise za odplatu alebo inú protihodnotu, avšak inzerciou je aj reklama alebo iná forma propagácie (pozri podkapitolu 4.3.3.) uverejnená v publikácii alebo agentúrnom servise bezodplatne.

Špecifiká inzercie v publikáciách sú nasledujúce:

- a) inzercia musí byť ľahko odlišiteľná od redakčného obsahu,
- b) sponzorovaná neperiodická publikácia, komunikát periodickej publikácie alebo časť agentúrneho servisu, na ktorý sa vzťahuje sponzorstvo, musia byť označené sponzorom, pričom sponzorom nesmie byť osoba, ktorej hlavnou činnosťou sú:
 - (i) výroba alebo predaj cigariet alebo iných tabakových výrobkov,
 - (ii) výroba alebo predaj elektronických cigariet alebo plniacich fľaštičiek pre elektronické cigarety alebo
 - (iii) výroba, predaj alebo nájom zbraní alebo streliva.

Vydavateľ publikácie ani tlačová agentúra nezodpovedajú za pravdivosť informácie uverejnenej v inzercii alebo v inej forme propagácie, ani za klamlivú reklamu alebo porovnávaciu reklamu okrem prípadu, kedy vydavateľ publikácie propaguje svoju osobu, svoju ochrannú známku, dobrú povesť, svoje tovary alebo služby.

Použitá literatúra

1. JAKAB, R. Problémy právnej regulácie porovnávacej reklamy. In *Justičná revue*. 2005, č. 4, s. 517-524.
2. ROZEHNAL, A. *Mediální právo, 2. vydání*. Aleš Čeněk, 2015, 464 s., ISBN 978-80-7380-549-4.
3. VOZÁR, J. Pramene práva v oblasti reklamy v právnom poriadku Slovenskej republiky In *Duševné vlastníctvo*. Roč. 15, č. 2, 2011, ISSN 1335-2881.
4. VOZÁR, J., HUMENÍK, I., ZLOCHA, Ľ. *Zákon o reklame. Komentár. 1. vyd.* Praha : Wolters Kluwer ČR, 2021. 280 s., ISBN 978-80-7676-240-4.
5. ZLOCHA, Ľ. Vybrané aspekty uplatňovania nárokov z kolízie doménových mien s právami na označenie. In *Právny obzor – teoretický časopis pre otázky štátu a práva*, 2019, roč. 102, č. 6, s. 524-534, ISSN 0032-6984.
6. Právne predpisy podľa textu.

5. OCHRANA OSOBNÝCH ÚDAJOV

5.1. KONCEPCIA A HISTÓRIA OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV

Hoci ochrana osobných údajov intenzívne rezonuje v spoločnosti najmä v poslednom období, nejde o nový fenomén. K zberu a zhromažďovaniu osobných údajov dochádza dlhodobo z rôznych dôvodov a príčin. Jedným z nich sú aj marketingové účely, keďže cieľový marketing založený na poznaní osobných údajov cieľového subjektu je jedným zo základných pilierov úspešného predaja a zisku. Nejde pritom len o zber kontaktných osobných údajov, ako sú e-mail, meno, priezvisko potenciálneho zákazníka. S masívnym rozvojom internetu a online aplikácií sa množstvo a portfólio spracúvaných údajov výrazne rozšírili. Väčšinu osobných údajov poskytnú používatelia online služieb už pri prvom pripojení k službe, keď prevádzkovateľ získava informácie o zdrojovej IP adrese, verzii prehliadača a operačného systému a spravidla sa ukladá tiež jedinečný identifikátor, prostredníctvom ktorých dochádza k identifikácii používateľa a k jeho monitorovaniu pri prehliadaní obsahu. Práve tieto údaje umožňujú prevádzkovateľovi služby profilovať používateľa, kategorizovať ho a na základe danej analýzy jeho správania mu zobrazovať marketingový obsah podľa jeho záujmov a preferencií.

Aj preto práve súkromné subjekty patria k najvýznamnejším spracovateľom a prevádzkovateľom osobných údajov, ktoré musia rešpektovať pravidlá ochrany osobných údajov a zabezpečiť práva dotknutých osôb.

Prvý moderný akt ochrany osobných údajov vznikol už pred polstoročím vo Švédskom kráľovstve a tiež na území Nemecka .

O dekádu neskôr prijala **Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (OECD)** dokument s názvom **Odporúčania na ochranu súkromia a cezhraničný tok osobných údajov**. Na európskej úrovni došlo k prijatiu **Dohovoru Rady Európy č. 108 z roku 1981**, o ochrane jednotlivcov pri automatizovanom spracovaní osobných údajov. Dohovor bol prijatý 28. januára 1981, a preto je tento deň vyhlásený za Medzinárodný deň ochrany údajov.

Napriek uvedeným dokumentom deklarujúcim potrebu zabezpečenia ochrany osobných údajov bola kontrola ich spracúvania a používania nízka. Daná skutočnosť vyplývala zo slabého povedomia samotných prevádzkovateľov o tom, čo môžu a čo nemôžu robiť s osobnými údajmi, ale hlavným dôvodom bola najmä nedostatočná informovanosť poskytovateľov osobných údajov o svojich právach. Intenzita zberu a používania osobných údajov sa pritom

z roka na rok zvyšovala, a to aj v súvislosti s rastúcim technologickým rozvojom a používaním internetových služieb.

Hospodárska a sociálna integrácia ako dôsledok fungovania vnútorného trhu v rámci Európskych spoločenstiev viedla k značnému nárastu cezhraničných tokov osobných údajov. Z uvedených dôvodov bolo nevyhnutné riešiť ochranu osobných údajov aj na úrovni Európskej únie, ktorá prijala **Smernicu o ochrane fyzických osôb pri spracovaní osobných údajov a voľnom pohybe týchto údajov**⁸⁹. Účelom tejto smernice bolo harmonizovať ochranu základných práv a slobôd fyzických osôb v súvislosti so spracúvaním osobných údajov, zjednotiť pravidlá v rámci EÚ a zabezpečiť voľný tok osobných údajov medzi členskými štátmi.

5.2. PRAMENE PRÁVNEJ ÚPRAVY OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV

5.2.1. Nariadenie GDPR

Smernica č. 95/46/ES síce poskytla základy ochrane osobných údajov v rámci európskeho práva, avšak nedokázala zabrániť rozdielom pri vykonávaní ochrany údajov v EÚ. Verejnosť vnímala právnu neistotu, ako aj značné riziká v súvislosti s ochranou osobných údajov, a to najmä v online prostredí. Rozdiely v úrovni ochrany práv a slobôd fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov bránili voľnému toku osobných údajov v Únii, a preto boli prekážkou pri vykonávaní hospodárskych činností na úrovni Európskej únie. Rýchly technologický vývoj zároveň spôsobil, že ochrana formulovaná v smernici už nebola aktuálna. Preto s cieľom zabezpečiť konzistentnú a vysokú úroveň ochrany fyzických osôb, reflektovať technologický pokrok, ako aj odstrániť prekážky toku osobných údajov v rámci EÚ, bolo o dve dekády neskôr prijaté **Nariadenie o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov** (ďalej len „Nariadenie“ alebo „GDPR“)⁹⁰.

Nariadenie nadobudlo účinnosť 25. mája 2018 a **vzťahuje sa na všetky členské štáty EÚ** (vrátane Islandu, Lichtenštajnska a Nórska). Na rozdiel od smernice, pre aplikovateľnosť ktorej je nevyhnutná jej transpozícia do právneho poriadku členského štátu, nariadenie ako osobitný prameň práve Európskej únie je automaticky platné a účinné vo všetkých členských

⁸⁹Smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 95/46/ES o ochrane fyzických osôb pri spracovaní osobných údajov a voľnom pohybe týchto údajov (Ú. v. ES L 281/31, 23. 11. 1995).

⁹⁰Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov (Ú. v. EÚ L 119/1, 4. 5. 2016).

štátoch; osobitná transpozícia nie je potrebná. Má preto aj zjednocujúci (unifikačný) účinok vo vzťahu k určeniu pravidiel ochrany osobných údajov, čo bolo jedným z hlavných cieľov jeho prijatia.

Ako je zdôvodnené v úvodných ustanoveniach Nariadenia, účinná ochrana osobných údajov v rámci celej EÚ si vyžaduje posilnenie a spresnenie práv dotknutých osôb a povinností tých, ktorí osobné údaje spracúvajú a o ich spracúvaní rozhodujú. S uvedeným súvisí určenie zodpovedajúcich právomocí na monitorovanie súladu s danými pravidlami ochrany osobných údajov, ako aj sankcií za prípadné porušenia pravidiel.

Nariadenie reflektuje aj rýchly technologický rozvoj a globalizáciu, ktoré so sebou priniesli nové výzvy v oblasti ochrany osobných údajov. Aj z uvedených dôvodov bolo priamo v Nariadení zakotvené, že **ochrana fyzických osôb v súvislosti so spracúvaním osobných údajov patrí medzi základné práva**. V článku 8 ods. 1 Charty základných práv Európskej únie, ako aj v článku 16 ods. 1 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ZFEÚ) sa stanovuje, že každý má právo na ochranu osobných údajov, ktoré sa ho týkajú.

5.2.2. Ochrana osobných údajov vo vybraných právnych predpisoch Slovenskej republiky

GDPR je priamo uplatniteľné v Slovenskej republike; nadobudnutím svojej účinnosti sa automaticky stalo súčasťou slovenského právneho poriadku a priamo ukladá subjektom práva a povinnosti, ktoré je potrebné dodržiavať.

V niektorých jeho častiach však európsky zákonodarca umožnil členským štátom autonómnu úpravu. Preto bolo Nariadenie doplnené o národnú legislatívu Slovenskej republiky, konkrétne o **zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov** v platnom znení (ďalej len „zákon o ochrane OÚ“), ktorý je výsledkom zosúladenia slovenskej národnej legislatívy s Nariadením. Pri zhromažďovaní a spracúvaní osobných údajov je preto nevyhnutné postupovať podľa oboch právnych predpisov.

Ochrana osobných údajov predstavuje v Slovenskej republike ústavné právo. V zmysle článku 19 ods. 3 **Ústavy** každý má právo na ochranu pred neoprávneným zhromažďovaním, zverejňovaním alebo iným zneužívaním údajov o svojej osobe. Následne článok 22 Ústavy explicitne uvádza, že ochrana osobných údajov sa zaručuje. Uvedené články treba interpretovať vo vzájomnom spojení a súvislosti.

Ochrana osobných údajov je zaručená aj prostredníctvom **Trestného zákona**, ktorý v § 374 definuje skutkovú podstatu trestného činu neoprávneného nakladania s osobnými údajmi.

Tento trestný čin môže spáchať ten, kto neoprávnene poskytne, sprístupní alebo zverejní osobné údaje o inom zhromaždené v súvislosti s výkonom verejnej moci alebo uplatňovaním ústavných práv osoby, alebo osobné údaje o inom získané v súvislosti s výkonom svojho povolania, zamestnania alebo funkcie, a tým poruší všeobecne záväzným právnym predpisom ustanovenú povinnosť.

5.3. SUBJEKT A OBJEKT OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV

5.3.1 Subjekty v oblasti ochrany osobných údajov

Nositeľom práv vyplývajúcich z práva na ochranu osobných údajov je každá fyzická osoba poskytujúca svoje osobné údaje. Nariadenie, ako aj zákon o ochrane OÚ na označenie takejto osoby používajú výraz **dotknutá osoba**.

Recipient, resp. príjemca osobných údajov, môže mať rozličné postavenie. Nariadenie, rovnako ako aj zákon o ochrane OÚ rozlišujú medzi nasledujúcimi subjektmi:

- a) **Prevádzkovateľom** je každý, kto sám alebo spoločne s inými vymedzí účel a prostriedky spracúvania osobných údajov a spracúva osobné údaje vo vlastnom mene (napr.: zamestnávateľ, organizátor spotrebiteľskej súťaže, cestovná kancelária a pod.);
- b) **sprostredkovateľom** je každý, kto spracúva osobné údaje v mene prevádzkovateľa (napr.: externá spoločnosť zabezpečujúca vedenie personálnej a mzdovej agendy či účtovníctvo pre zamestnávateľa, alebo spoločnosť zabezpečujúca IT služby u prevádzkovateľa, archív, skartovanie a pod.);
- c) **príjemcom** je každý, komu sa osobné údaje poskytnú bez ohľadu na to, či je treťou stranou; určenie príjemcov je dôležité z hľadiska splnenia si oznamovacej povinnosti prevádzkovateľa, ktorý je povinný pri získavaní údajov od dotknutej osoby túto osobu informovať o príjemcoch poskytovaných osobných údajov, resp. o kategóriách príjemcov (kategória príjemcov môže byť určená napr. ako.: návštevníci webstránky, príjemcovia elektronickej pošty a pod.); orgány verejnej moci, ktorým sa poskytujú osobné údaje v súlade s legislatívnou úpravou, neradíme medzi príjemcov;
- d) **treťou stranou** je každý, kto nie je dotknutou osobou, prevádzkovateľom, sprostredkovateľom alebo inou fyzickou osobou, ktorá na základe poverenia prevádzkovateľa alebo sprostredkovateľa spracúva osobné údaje; ide teda o osobu, ktorá primárne nie je súčasťou zmluvného vzťahu (resp. nedisponuje zákonným dôvodom na

spracúvanie osobných údajov), a teda vo vzťahu k dotknutej osobe nemá oprávnenie spracúvať osobné údaje.

Pre lepšie znázornenie rozdielov medzi jednotlivými subjektmi v oblasti ochrany osobných údajov možno uviesť prípad vymáhania pohľadávky banky inkasnou agentúrou. Dotknutou osobu je klient banky žiadajúci o poskytnutie úveru, následne po poskytnutí úveru v pozícii dlžníka. Banka má postavenie prevádzkovateľa, keďže spracúva osobné údaje svojich klientov na zákonom, ako aj zmluvnom základe (napr. na základe zmluvy o poskytnutí hypotekárneho úveru alebo zmluvy o poskytnutí spotrebiteľského úveru a pod.). Sprostredkovateľom môže byť v tomto prípade napr. IT spoločnosť poskytujúca služby vedenia databázy dlžníkov z úverových zmlúv. Ak v dôsledku nesplácania úveru zo strany klienta je banka nútená zabezpečiť vymáhanie svojej pohľadávky, uvedené môže urobiť aj prostredníctvom tretej osoby – inkasnej agentúry, ktorej postúpi osobné údaje klienta v nevyhnutnom rozsahu. Inkasná agentúra sa teda stáva príjemcom osobných údajov.

Samostatnú pozíciu medzi subjektmi práva na ochranu osobných údajov má dozorný orgán, ktorý kontroluje prevádzkovateľov a spracovateľov a rieši prípadné sťažnosti dotknutých osôb. Na území Slovenskej republiky plní funkciu dozorného orgánu **Úrad na ochranu osobných údajov Slovenskej republiky**.

5.3.2. Objekt ochrany osobných údajov – osobný údaj

Podľa GDPR sa za **osobné údaje** považujú akékoľvek informácie týkajúce sa identifikovanej alebo identifikovateľnej fyzickej osoby. **Identifikovateľná fyzická osoba** je osoba, ktorú možno identifikovať priamo alebo nepriamo, najmä odkazom na identifikátor, ako sú meno, identifikačné číslo, lokalizačné údaje, online identifikátor, alebo odkazom na jeden či viaceré prvky, ktoré sú špecifické pre fyzickú, fyziologickú, genetickú, mentálnu, ekonomickú, kultúrnu alebo sociálnu identitu tejto fyzickej osoby. Podobnú definíciu osobného údajá obsahuje v § 2 aj zákon o ochrane OÚ.

Z uvedenej definície je zrejmé, že osobný údaj je veľmi široký pojem, pričom zahŕňa **každú informáciu priraditeľnú ku konkrétnej osobe**. Identifikácia sa realizuje prostredníctvom konkrétnych charakteristických znakov, ktoré možno priradiť ku konkrétnej fyzickej osobe. Fyzickú osobu považujeme za identifikovanú, keď na základe dostupných údajov je jednoznačne individualizovaná a odlišená od ostatných osôb v danom informačnom systéme, v ktorom sa osobné údaje spracúvajú. Ide najmä o údaje ako:

- meno,

- identifikačné číslo,
- lokalizačné údaje,
- online identifikátor alebo
- jeden či viaceré prvky, ktoré sú špecifické pre fyzickú, fyziologickú, genetickú, mentálnu, ekonomickú, kultúrnu alebo sociálnu identitu tejto fyzickej osoby.

Ide o demonštratívny výpočet charakteristík určujúcich fyzickú osobu.

Na určenie toho, či je fyzická osoba identifikovateľná, by sa mali brať do úvahy **všetky prostriedky**, pri ktorých existuje **primeraná pravdepodobnosť**, že ich prevádzkovateľ alebo akákoľvek iná osoba využijú.

Takýmito **prostriedkami** môže byť napríklad prehľadávanie databáz, či overovanie formou dopytu a pod. Napríklad aj informácie o pracovnom, služobnom či funkčnom zaradení môžu byť podkladom na identifikovanie osoby, preto ich v tomto kontexte radíme k osobným údajom.

Čo sa týka pojmu **primeranej pravdepodobnosti** s ohľadom na to, či prevádzkovateľ dané prostriedky použije na identifikáciu fyzickej osoby, pre účely jeho vyhodnotenia je potrebné zohľadniť všetky objektívne faktory, ako sú náklady a čas potrebný na identifikáciu konkrétnej fyzickej osoby so zreteľom na technológiu dostupnú v čase spracúvania, ako aj na technologický vývoj.

Fyzickú osobu považujeme za určenú, keď na základe dostupných údajov je jednoznačne identifikovaná a odlišená od ostatných osôb v danom informačnom systéme, v ktorom sa osobné údaje spracúvajú.

Okrem všeobecnej definície osobných údajov Nariadenie, ako aj zákon o ochrane OÚ, vymedzuje tzv. **osobitné kategórie osobných údajov**, ktoré sa považujú za citlivé pre dotknutú osobu, a pri ich spracúvaní sa im musí poskytnúť zvýšená úroveň ochrany. Ide o údaje, ktoré odhaľujú rasový alebo etnický pôvod fyzickej osoby, jej politické názory, náboženskú vieru, filozofické presvedčenie, členstvo v odborových organizáciách, genetické údaje, biometrické údaje, údaje týkajúce sa zdravia alebo údaje týkajúce sa sexuálneho života alebo sexuálnej orientácie.

Zvýšená úroveň ochrany sa prejavuje v zakotvení **generálneho zákazu spracúvania osobitných kategórií osobných údajov**. Spracúvanie je možné **len výnimočne**, a to v prípadoch uvedených v článku 9 bodu 2 Nariadenia. Ide o tieto situácie:

- a) dotknutá osoba vyjadrila **výslovný súhlas** so spracúvaním týchto osobných údajov na jeden alebo viacero určených účelov, s výnimkou prípadov, keď sa v práve EÚ alebo v

práve členského štátu stanovuje, že zákaz spracúvania údajov nemôže dotknutá osoba zrušiť;

- b) spracúvanie je nevyhnutné na účely plnenia povinností a výkonu práv v **oblasti pracovného práva, práva sociálneho zabezpečenia a sociálnej ochrany** (napríklad osobitné kategórie osobných údajov poskytnuté prostredníctvom vstupného dotazníka zamestnanca a pod.);
- c) spracúvanie je nevyhnutné na **ochranu životne dôležitých** záujmov dotknutej osoby alebo **inej fyzickej osoby** v prípade, že dotknutá osoba nie je fyzicky alebo právne spôsobilá vyjadriť svoj súhlas;
- d) spracúvanie vykonávajú v rámci svojej zákonnej činnosti **nadácia, združenie alebo akýkoľvek iný neziskový subjekt** s politickým, filozofickým, náboženským alebo odborárskym zameraním, za predpokladu splnenia nasledujúcich podmienok:
 - (i) poskytnutie primeraných záruk týkajúcich sa ochrany osobných údajov,
 - (ii) spracúvanie sa týka výlučne členov alebo bývalých členov subjektu alebo osôb, ktoré majú pravidelný kontakt s ním v súvislosti s jeho cieľmi,
 - (iii) bez súhlasu dotknutej osoby sa osobné údaje neposkytnú mimo tohto subjektu;
- e) spracúvanie sa týka osobných údajov, ktoré **dotknutá osoba preukázateľne zverejnila**;
- f) spracúvanie je nevyhnutné na preukazovanie, uplatňovanie alebo obhajovanie právnych nárokov, alebo kedykoľvek, keď **súdy vykonávajú svoju súdnu právomoc**;
- g) spracúvanie je nevyhnutné z dôvodov **významného verejného záujmu**;
- h) spracúvanie je nevyhnutné na účely **preventívneho alebo pracovného lekárstva**, posúdenia **pracovnej spôsobilosti** zamestnanca, **lekárskej diagnózy, poskytovania liečby**, zdravotnej či sociálnej starostlivosti, alebo riadenia systémov a služieb takejto starostlivosti;
- i) spracúvanie je nevyhnutné z dôvodov **verejného záujmu v oblasti verejného zdravia**, ako sú ochrana pred závažným cezhraničným ohrozením zdravia alebo zabezpečenie vysokej úrovne kvality a bezpečnosti zdravotnej starostlivosti a liekov či zdravotníckych pomôcok;
- j) spracúvanie je nevyhnutné na účely **archivácie vo verejnom záujme**, alebo na účely **vedeckého alebo historického výskumu** či na štatistické účely.

Spoločným menovateľom väčšiny výnimiek (uvedených pod písm. b), g) až j) je, že sa musia uplatňovať za predpokladu splnenia nasledujúcich podmienok:

1. údaje sa spracúvajú na základe práva EÚ alebo práva členského štátu, prípadne tiež na zmluvnom základe (kolektívna zmluva v prípade výnimky podľa písm. b) alebo zmluva so zdravotníckym pracovníkom podľa písm. h),
2. dôvody spracúvania sú primerané vzhľadom na sledovaný cieľ,
3. rešpektujú podstatu práva na ochranu údajov a
4. stanovujú vhodné a konkrétne opatrenia na zabezpečenie základných práv a záujmov dotknutej osoby (napr. **profesijné tajomstvo** v prípade spracúvania osobných údajov z dôvodu verejného záujmu v oblasti verejného zdravia).

Samostatnou kategóriou sú **osobné údaje týkajúce sa uznania viny za trestné činy a priestupky**. Spracúvanie týchto údajov možno vykonávať len pod kontrolou orgánu verejnej moci, alebo ak je spracúvanie povolené právom EÚ alebo právom členského štátu poskytujúcim primerané záruky ochrany práv a slobôd dotknutých osôb.

5.3.3. Spracúvanie osobných údajov

Pod pojmom **spracúvanie osobných údajov** možno rozumieť akúkoľvek **spracovateľskú operáciu** s osobnými údajmi, a to najmä získavanie, zaznamenávanie, usporadúvanie, štruktúrovanie, uchovávanie, zmena, vyhľadávanie, prehliadanie, využívanie, poskytovanie prenosom, šírením alebo iným spôsobom, preskupovanie alebo kombinovanie, obmedzenie, vymazanie, bez ohľadu na to, či sa vykonáva automatizovanými prostriedkami alebo neautomatizovanými prostriedkami.

Pod spracúvaním osobných údajov **automatizovaným spôsobom** rozumieme ich spracúvanie napríklad prostredníctvom počítačového programu či aplikácie. V prípade spracúvania **neautomatizovanou formou** ide napríklad o vykonávanie zápisov osobných údajov fyzicky osobou do záznamovej knihy, evidenčného zošita alebo tiež prostredníctvom listinnej (papierovej) evidencie, či vytváraním kartotéky. Možná je tiež kombinácia oboch uvedených prostriedkov spracúvania v rámci **jedného informačného systému osobných údajov**, napríklad vedenie dochádzky podpisom zamestnancov v dochádzkovej knihe, (papierová neautomatizovaná forma) alebo tiež priložením dochádzkovej karty k čítačke (elektronická automatizovaná forma).

Informačným systémom sa rozumie akýkoľvek usporiadaný súbor, sústava alebo databáza určená na zhromažďovanie osobných údajov alebo obsahujúca osobné údaje fyzických osôb, ktoré sú systematicky spracúvané pre potreby dosiahnutia vopred vymedzeného alebo ustanoveného účelu podľa osobitných kritérií a podmienok s použitím

automatizovaných, čiastočne automatizovaných alebo iných ako automatizovaných prostriedkov spracúvania (napr.: kartotéka, kniha doručenej pošty a pod.)

Z uvedenej definície pojmu **spracúvanie osobných údajov** je zrejmé, že daný pojem predstavuje široký diapazón aktivít zahŕňajúci činnosti v rámci celého procesu spracovania osobného údajá od jeho získania až po jeho vymazanie. Navyše, základné spracovateľské operácie sú určené exemplifikatívnym spôsobom, ktorý poskytuje možnosť širšieho výkladu daného pojmu, najmä s prihliadnutím na ďalšie formy spracúvania osobných údajov berúc do úvahy ďalší technologický rozvoj spoločnosti.

Za osobitný spôsob spracovania osobných údajov považujeme tzv. **profilovanie**. Ide o automatizované spracovanie osobných údajov s cieľom použitia daných údajov na vyhodnotenie určitých osobných aspektov týkajúcich sa fyzickej osoby, napríklad aspektov týkajúcich sa osobných preferencií danej osoby, majetkových pomerov, zdravia, záujmov, správania a tiež polohy alebo pohybu.

K profilovaniu najčastejšie dochádza v súvislosti s monitorovaním správania dotknutej osoby na internete, a to najmä s cieľom prijímania rozhodnutí týkajúcich sa dotknutej osoby alebo analýzy či predvídania jej správania a postojov.

Keďže profilovanie patrí k spôsobu spracúvania osobných údajov, vzťahujú sa naň rovnaké pravidlá a princípy, pričom prevádzkovateľ je zároveň (s cieľom zabezpečenia spravodlivého a transparentného spracúvania osobných údajov na účely profilovania) povinný:

- používať primerané matematické alebo štatistické postupy,
- prijať technické a organizačné opatrenia na minimalizáciu rizika chýb,
- zabezpečiť osobné údaje tak, aby sa:
 - zohľadnili súvisiace potenciálne riziká pre záujmy a práva dotknutej osoby,
 - zabránilo diskriminačným účinkom profilovania na fyzické osoby.

GDPR rovnako ako zákon o ochrane OÚ okrem podrobnej definície pojmu „spracúvanie“ osobných údajov určujú aj princípy, ktoré pri spracúvaní osobných údajov musia byť dodržané. Ide o tieto **zásady spracúvania osobných údajov**:

1. **Zásada zákonnosti** stanovuje pravidlo, že osobné údaje možno spracúvať len zákonným spôsobom a tak, aby nedošlo k porušeniu základných práv dotknutej osoby. Spracúvanie osobných údajov je zákonné, ak sa vykonáva na základe aspoň jedného z týchto právnych základov:

- a) dotknutá osoba **vyjadrila súhlas** so spracúvaním svojich osobných údajov aspoň na jeden konkrétny účel alebo
- b) **spracúvanie osobných údajov je nevyhnutné**:

- ba) **na plnenie zmluvy**, ktorej zmluvnou stranou je dotknutá osoba (napr. kúpna zmluva prostredníctvom e-shopu a pod.), alebo aby sa na základe žiadosti dotknutej osoby vykonali opatrenia pred uzatvorením zmluvy (napr. rezervačný formulár, objednávkový formulár, žiadosť o prijatie do zamestnania a pod.) ,
 - bb) **podľa osobitného predpisu** (napr. Zákonník práce, zákon o sociálnom poistení a pod.) alebo **medzinárodnej zmluvy**, ktorou je Slovenská republika viazaná (napr. bilaterálna zmluva o vzájomnom uznávaní rovnocennosti dokladov o vzdelaní a pod.),
 - bc) na **splnenie úlohy realizovanej vo verejnom záujme** alebo **pri výkone verejnej moci** zverenej prevádzkovateľovi (napr. osobné údaje uvedené v žiadosti adresovanej orgánom verejnej moci, napr. v návrhu na vklad vlastníckeho práva do katastra nehnuteľností alebo v žiadosti o poskytnutie príspevku pri narodení dieťaťa a pod.),
 - bd) na **ochranu života, zdravia alebo majetku** dotknutej osoby alebo inej fyzickej osoby (napr. osobné údaje poskytnuté pri vyplnení anamnestického dotazníka v súvislosti s poskytnutím zdravotnej starostlivosti a pod.),
 - be) na účel **oprávnených záujmov prevádzkovateľa** alebo tretej strany (napr. požadovanie osobných údajov osôb pri vstupe do budovy s cieľom zaistenia bezpečnosti); musia byť však spracúvané iba údaje, ktoré sú nevyhnutné (minimalizácia údajov) a na nevyhnutný čas (minimalizácia času); uvedený dôvod neplatí vtedy, ak nad týmito záujmami prevažujú záujmy alebo práva dotknutej osoby vyžadujúce si ochranu osobných údajov, najmä ak je dotknutou osobou dieťa.
2. Zo **zásady obmedzenia účelu** vyplýva, že osobné údaje sa môžu získavať len na účel, ktorý musí byť konkrétne určený, výslovne uvedený a oprávnený. Zároveň platí, že sa osobné údaje nesmú ďalej spracúvať spôsobom, ktorý nie je zlučiteľný s určeným účelom.
 3. **Zásada minimalizácie osobných údajov** stanovuje podmienku, že spracúvané osobné údaje musia byť primerané, relevantné a obmedzené na nevyhnutný rozsah daný účelom, na ktorý sa spracúvajú. Prevádzkovateľ teda nemôže dotknutú osobu žiadať o poskytnutie osobného údajov, ktorý nie je nevyhnutný pre účel, pre ktorý sa poskytnutie osobného údajov požaduje.
 4. **Zásada minimalizácie uchovávaní údajov** určuje, dokedy najdlhšie sa osobné údaje môžu uchovávať, pričom dĺžka doby ich uchovávaní je daná účelom, na ktorý sa osobné údaje spracúvajú. Napríklad v prípade nákupu prostredníctvom e-shopu by osobné údaje

zákazníka mali byť uchovávané len na čas nevyhnutne potrebný na uplatnenie jeho prípadného nároku z dôvodu poškodenia tovaru. Ak má prevádzkovateľ záujem o dlhšie uchovanie osobných údajov, napríklad z dôvodu dlhodobého sledovania situácie na trhu, tento účel musí byť zákazníkovi konkrétne určený a v informácii o spracúvaní údajov výslovne uvedený. Dlhšie obdobie uchovávania je možné len v prípade, ak sa osobné údaje majú spracúvať na účel archivácie, na vedecký účel alebo na účel historického výskumu, a za podmienky, že sú dodržané primerané záruky ochrany práv dotknutej osoby.

5. Zo **zásady správnosti** vyplýva, že spracúvané osobné údaje musia byť správne a podľa potreby aktualizované. Prevádzkovateľ musí prijať primerané a účinné opatrenia na zabezpečenie toho, aby sa osobné údaje, ktoré sú nesprávne z hľadiska účelov, na ktoré sa spracúvajú, bez zbytočného odkladu vymazali alebo opravili.
6. **Zásada integrity a dôvernosti** zakotvuje požiadavku na primerané technické a organizačné opatrenia, ktoré zaručia primeranú bezpečnosť osobných údajov vrátane ich ochrany pred neoprávneným alebo nezákonným spracúvaním, ako aj pred náhodnou stratou, výmazom či poškodením osobných údajov.
7. V zmysle **zásady zodpovednosti** je prevádzkovateľ zodpovedný za dodržiavanie všetkých uvedených zásad spracúvania osobných údajov, pričom je povinný súlad spracúvania osobných údajov s danými zásadami na požiadanie úradu preukázať.

Ak je spracúvanie osobných údajov založené na súhlase dotknutej osoby, prevádzkovateľ je povinný kedykoľvek vedieť preukázať, že dotknutá osoba poskytla súhlas so spracúvaním svojich osobných údajov.

GDPR definuje **súhlas dotknutej osoby** ako akýkoľvek slobodne daný, konkrétny, informovaný a jednoznačný prejav vôle dotknutej osoby, ktorým formou vyhlásenia alebo jednoznačného potvrdzujúceho úkonu vyjadruje súhlas so spracúvaním osobných údajov, ktoré sa jej týkajú (čl. 4 ods. 11).

Nariadenie explicitne neurčuje, že súhlas so spracúvaním osobných údajov musí byť poskytnutý výlučne v písomnej forme. Prevádzkovateľ je však povinný súhlas udelený dotknutou osobou preukázať, preto sa odporúčajú písomná, resp. elektronická forma súhlasu a v prípade poskytnutia súhlasu v ústnej forme (napr. v rámci telefonického hovoru), je potrebné vyhotoviť a uchovať záznam hovoru potvrdzujúci udelenie súhlasu. Pri súhlase poskytovanom v elektronickej podobe musí byť súhlas poskytnutý vedomým úkonom dotknutej osoby, napríklad zakliknutím políčka s príslušným textom: „Súhlasím so spracovaním osobných údajov“.

Súhlas musí byť odlišený od iných skutočností a musí byť vyjadrený jasne a v zrozumiteľnej a ľahko dostupnej forme. Pri posudzovaní, či bol súhlas poskytnutý slobodne, sa zohľadňuje najmä tá skutočnosť, či sa plnenie zmluvy podmieňuje súhlasom so spracúvaním osobných údajov, ktorý nie je na plnenie tejto zmluvy nevyhnutný (napríklad na marketingové účely a pod.).

Čo sa týka súhlasu na spracovanie osobných údajov **dietťaťa**, tento štandardne poskytuje zákonný zástupca dieťaťa. Nariadenie, ako aj zákon o ochrane OÚ však stanovujú osobitný režim v prípade **služieb informačnej spoločnosti**. Definíciu tohto pojmu nájdeme v zákone o elektronickom obchode v platnom znení, ktorý túto službu špecifikuje ako:

- službu poskytovanú na diaľku počas spojenia elektronických zariadení elektronickou komunikačnou sieťou,
- spravidla za úhradu,
- na žiadosť príjemcu služby informačnej spoločnosti.

Pozri tiež podkapitolu 7.1.2. tejto učebnice.

V súvislosti s ponukou služieb informačnej spoločnosti prevádzkovateľ spracúva osobné údaje **na základe súhlasu dotknutej osoby**, ktorá nemusí byť ešte plnoletá; postačuje, ak **dovršila 16 rokov veku**. Ak má dotknutá osoba menej ako 16 rokov, takéto spracúvanie osobných údajov je zákonné iba za podmienky a v rozsahu, v akom takýto súhlas poskytol alebo schválil jej zákonný zástupca.

Dotknutá osoba má právo kedykoľvek odvolať súhlas so spracovaním osobných údajov, ktoré sa jej týkajú. Odvolanie súhlasu nemá vplyv na zákonnosť spracúvania osobných údajov založeného na súhlase pred jeho odvolaním; pred poskytnutím súhlasu musí byť dotknutá osoba o tejto skutočnosti informovaná. Dotknutá osoba môže súhlas odvolať rovnakým spôsobom, akým ho udelila.

5.3.4. Práva dotknutej osoby

Vzhľadom na skutočnosť, že dotknutá osoba je často v slabšom postavení ako prevádzkovateľ, jej práva sú dôležitým prvkom ochrany osobných údajov ako celku a vyvažujú vzťah medzi oboma stranami:

1. V prvom rade má dotknutá osoba **právo byť plne informovaná o nakladaní s jej osobnými údajmi alebo o ich spracúvaní**. Uvedená povinnosť zahŕňa poskytnutie ďalej uvedených informácií, ktoré možno zaradiť do týchto kategórií:

- a) **Všeobecné informácie** poskytované dotknutej osobe, ktorá poskytuje osobné údaje, ktoré sa jej týkajú, pričom ide o informácie v tomto rozsahu:
- aa) **totožnosť a kontaktné údaje prevádzkovateľa** a jeho zástupcu, ak je ustanovený;
 - ab) kontaktné údaje prípadnej **zodpovednej osoby**;
 - ac) **účely spracúvania**, na ktoré sú osobné údaje určené, ako aj právny základ spracúvania;
 - ad) **oprávnené záujmy**, ktoré sledujú prevádzkovateľ alebo tretia strana, ak sa osobné údaje spracúvajú na tomto základe;
 - ae) **príjemcovia alebo kategórie príjemcov** osobných údajov, ak existujú;
 - af) v relevantnom prípade informácia o tom, že prevádzkovateľ **zamýšľa preniesť osobné údaje do tretej krajiny**.
- b) Informácie potrebné **na zabezpečenie spravodlivého a transparentného spracúvania osobných údajov**:
- ba) **doba uchovávanía osobných údajov** alebo, ak to nie je možné, kritériá na jej určenie;
 - bb) existencia práva požadovať od prevádzkovateľa **prístup k osobným údajom** týkajúcim sa dotknutej osoby a **práva na ich opravu alebo vymazanie alebo obmedzenie** spracúvania, alebo práva **namietat' proti spracúvaniu, ako aj práva na prenosnosť údajov**;
 - bc) pri spracúvaní založenom na súhlase poskytnutom zo strany dotknutej osoby, prevádzkovateľom poskytnuté informácie o **práve kedykoľvek svoj súhlas odvolať** bez toho, aby to malo vplyv na zákonnosť spracúvania založeného na súhlase udelenom pred jeho odvolaním;
 - bd) právo **podat' sťažnosť** dozornému orgánu;
 - be) informácia o tom, či je poskytovanie osobných údajov **zákonnou alebo zmluvnou požiadavkou**, alebo požiadavkou, ktorá je potrebná na uzavretie zmluvy, či je dotknutá osoba povinná poskytnúť osobné údaje, ako aj možné následky neposkytnutia takýchto údajov;
 - bf) existencia **automatizovaného rozhodovania vrátane profilovania** a tiež informácie o použítom postupe, ako aj význame a predpokladaných dôsledkoch takéhoto spracúvania pre dotknutú osobu.

Nariadenie tiež rozlišuje medzi tým, či osobné údaje boli získané priamo od osoby, ktorej sa predmetné osobné údaje týkajú, alebo iným spôsobom. V druhom prípade sa

informačná povinnosť rozširuje a prevádzkovateľ je povinný poskytnúť dotknutej osobe aj informácie o tom, **z akého zdroja pochádzajú predmetné osobné údaje**, prípadne informácie o tom, či údaje pochádzajú z verejne prístupných zdrojov; a tiež **informáciu o kategóriách dotknutých osobných údajov**.

Prevádzkovateľ je povinný poskytnúť uvedené informácie **v primeranej lehote po získaní** osobných údajov, najneskôr však do jedného mesiaca, pričom zohľadní konkrétne okolnosti, za ktorých sa osobné údaje spracúvajú.

Ak sa osobné údaje majú požiť na komunikáciu s dotknutou osobou, prevádzkovateľ je povinný splniť svoje informačné povinnosti najneskôr v čase prvej komunikácie s dotknutou osobou. Ak sa predpokladá poskytnutie osobných údajov ďalšiemu príjemcovi, informačná povinnosť musí byť splnená najneskôr vtedy, keď sa osobné údaje prvýkrát poskytnú ďalšiemu príjemcovi. V prípade, ak prevádzkovateľ plánuje ďalej spracúvať osobné údaje na iný účel ako ten, na ktorý boli získané, poskytne dotknutej osobe pred takýmto ďalším spracúvaním informácie o danom inom účele.

Informačná povinnosť prevádzkovateľa môže byť **limitovaná** za predpokladu, že:

- dotknutá osoba už danými informáciami disponuje;
 - poskytnutie informácii sa ukáže ako nemožné alebo by si vyžadovalo neprimerané úsilie, najmä v prípade spracúvania na účely archivácie vo verejnom záujme alebo na účely vedeckého alebo historického výskumu či na štatistické účely;
 - získanie alebo poskytnutie osobných údajov je výslovne obsiahnuté v práve EÚ alebo v práve členského štátu, a ktoré zároveň stanovuje primerané opatrenia na ochranu oprávnených záujmov dotknutej osoby; alebo
 - v prípade, keď osobné údaje musia zostať dôverné na základe povinnosti zachovávaní profesijného tajomstva upravenej právom EÚ alebo právom členského štátu vrátane povinnosti zachovávať mlčanlivosť.
2. Medzi ďalšie práva dotknutej osoby patrí **právo na prístup k osobným údajom**, tzn., že prevádzkovateľ musí na požiadanie dotknutej osoby poskytnúť informácie o tom, či sa spracúvajú jej osobné údaje, a ak áno, dotknutá osoba má právo získať tieto osobné údaje alebo ich kópiu.
 3. **Právo na vymazanie** (vrátane tzv. **práva na zabudnutie**) **osobných údajov** zodpovedá výslovnej povinnosti prevádzkovateľa vymazať osobné údaje, ak je splnená aspoň jedna z týchto podmienok:
 - a) osobné údaje už nie sú potrebné na účely, na ktoré boli zhromaždené alebo inak spracované,

- b) dotknutá osoba odvolá svoj súhlas a neexistuje iný právny základ na spracúvanie jej osobných údajov,
 - c) dotknutá osoba namieta proti spracúvaniu a neexistujú oprávnené dôvody na ďalšie spracúvanie,
 - d) osobné údaje dotknutej osoby boli spracované nezákonne,
 - e) vymazanie osobných údajov je nevyhnutné na splnenie zákonnej povinnosti.
4. **Právo na opravu alebo doplnenie osobných údajov** zahŕňa právo dotknutej osoby, aby prevádzkovateľ bez zbytočného odkladu opravil nesprávne osobné údaje, ktoré sa jej týkajú. So zreteľom na účel spracúvania osobných údajov má dotknutá osoba právo na doplnenie neúplných osobných údajov.
5. **Právo namietať spracúvanie osobných údajov** predstavuje právo dotknutej osoby namietať spracúvanie jej osobných údajov z dôvodu týkajúceho sa jej konkrétnej situácie. Prevádzkovateľ nesmie ďalej spracúvať osobné údaje, ak nepreukáže nevyhnutné oprávnené záujmy na spracúvanie osobných údajov, ktoré prevažujú nad právami alebo záujmami dotknutej osoby, alebo dôvody na uplatnenie právneho nároku. Rovnako dotknutá osoba môže namietať spracúvanie osobných údajov, ktoré sa jej týkajú, na účel priameho marketingu vrátane profilovania v rozsahu, v akom súvisí s priamym marketingom. Ak dotknutá osoba namieta spracúvanie osobných údajov na účel priameho marketingu, prevádzkovateľ ďalej osobné údaje na účel priameho marketingu nesmie spracúvať.
6. **Právo na prenosnosť údajov** znamená, že dotknutá osoba má právo získať osobné údaje, ktoré sa jej týkajú a ktoré poskytla prevádzkovateľovi, v štruktúrovanom, bežne používanom a strojovo čitateľnom formáte a má právo preniesť tieto osobné údaje ďalšiemu prevádzkovateľovi, ak je to technicky možné a spracúvanie osobných údajov sa vykonáva automatizovanými prostriedkami.
7. **Právo nebyť predmetom automatizovaného individuálneho rozhodovania vrátane profilovania** znamená, že v prípade, ak dotknutá osoba využije toto právo, je prevádzkovateľ povinný vykonať vhodné opatrenia na ochranu práv a oprávnených záujmov dotknutej osoby, a to najmä práva na overenie rozhodnutia nie automatizovaným spôsobom zo strany prevádzkovateľa, práva vyjadriť svoje stanovisko a práva napadnúť rozhodnutie.

5.3.5. Povinnosti prevádzkovateľa a sprostredkovateľa

Vzhľadom na skutočnosť, že prevádzkovateľ a sprostredkovateľ osobných údajov sú často v silnejšom postavení ako osoba poskytujúca osobné údaje, zákon stanovuje najmä ich povinnosti, ktoré spravidla korelujú s právami dotknutej osoby.

Primárnou povinnosťou prevádzkovateľa a sprostredkovateľa je zaviesť **štandardnú ochranu osobných údajov**, ktorá spočíva v prijatí **primeraných technických a organizačných opatrení** na zabezpečenie a preukázanie toho, že spracúvanie osobných údajov sa vykonáva v súlade so zákonom. Uvedené opatrenia prijíma prevádzkovateľ s ohľadom na povahu, rozsah a účel spracúvania osobných údajov, ako aj s prihliadnutím na možné riziká, pričom je povinný prijaté opatrenia podľa potreby aktualizovať.

Organizačné opatrenia môžu mať podobu rôznych interných smerníc, usmernení či metodík pokrývajúcich činnosti prevádzkovateľa pri spracúvaní, ochrane a nakladaní s osobnými údajmi s cieľom dosiahnuť súlad s právnymi predpismi GDPR. Môže ísť napríklad o dokumentáciu týkajúcu sa odbornej prípravy a zvyšovania informovanosti zamestnancov, riadenia rizík, úloh a povinností, riadiacich štruktúr, vypracovania rôznych dohôd o spoločnom využívaní údajov alebo vytvorenia programu súladu a zabezpečenia. Vo všeobecnosti sa od organizácie vyžaduje, aby počas celej svojej činnosti preukázala, že má dokumentáciu a záznamy, ktoré dokazujú, že skutočne vykonáva činnosti, ktoré deklaruje vo svojich pravidlách.

Technické opatrenia by mali zahŕňať usmernenia o konkrétnych opatreniach a postupoch, ale tiež školenia pre zodpovedné osoby či príručky na vykonávanie pravidelných auditov a kontroly bezpečnosti. V danej súvislosti je povinnosť zohľadniť najnovšie poznatky ochrany osobných údajov. Uvedené opatrenia môžu zahŕňať najmä:

- a) pseudonymizáciu a šifrovanie osobných údajov,
- b) zabezpečenie trvalej dôvernosti, integrity, dostupnosti a odolnosti systémov spracúvania osobných údajov,
- c) proces obnovy dostupnosti osobných údajov a prístup k nim v prípade fyzického incidentu alebo technického incidentu,
- d) proces pravidelného testovania, posudzovania a hodnotenia účinnosti technických a organizačných opatrení na zaistenie bezpečnosti spracúvania osobných údajov.

Pri posudzovaní **primeranej úrovne bezpečnosti** sa prihliada na riziká, ktoré predstavuje spracúvanie osobných údajov, a to sú najmä ich náhodné alebo nezákonné zničenie, strata, zmena alebo neoprávnené poskytnutie prenášaných, uchovávaných alebo inak spracúvaných osobných údajov, alebo neoprávnený prístup k takýmto osobným údajom.

K ďalším povinnostiam prevádzkovateľa patria povinnosti:

- a) **poskytnúť súčinnosť** dotknutej osobe pri **uplatňovaní jej práv**,
- b) prijať vhodné **technické a organizačné opatrenia** na zabezpečenie spracúvania osobných údajov v súlade s predpismi,
- c) **pravidelne preverovať trvanie účelu** spracúvania osobných údajov,
- d) mať **zavedenú špecificky navrhnutú ochranu** osobných údajov,
- e) **zodpovednosť za škodu** spôsobenú nezákonným spracúvaním osobných údajov,
- f) **viest' záznam** o spracovateľských činnostiach,
- g) **ustanoviť zodpovednú osobu**, ak sú splnené zákonné dôvody,
- h) **oznámiť porušenie** ochrany osobných údajov:
 - (i) Úradu na ochranu osobných údajov do 72 hodín po tom, ako sa o ňom dozvedel,
 - (ii) dotknutej osobe bez zbytočného odkladu potom, ako sa o ňom dozvedel, ak takéto porušenie ochrany osobných údajov môže viesť k vysokému riziku pre jej práva.

Sprostredkovateľovi vyplývajú z príslušných právnych predpisov tieto povinnosti:

- a) poskytovať **dostatočné záruky na prijatie primeraných technických a organizačných opatrení** tak, aby spracúvanie osobných údajov spĺňalo požiadavky v súlade s predpismi a aby sa zabezpečila ochrana práv dotknutej osoby,
- b) **nesmie poveriť** spracúvaním osobných údajov **ďalšieho sprostredkovateľa** bez predchádzajúceho osobitného alebo všeobecného písomného súhlasu prevádzkovateľa,
- c) realizovať **spracúvanie osobných údajov podľa písomnej zmluvy** s prevádzkovateľom,
- d) **informovať prevádzkovateľa**, ak je toho názoru, že sa pokynom prevádzkovateľa **porušujú predpisy** o ochrane osobných údajov,
- e) **obmedzená zodpovednosť za škodu** spôsobenú nezákonným spracúvaním osobných údajov,
- f) ustanoviť **zodpovednú osobu**, ak sú splnené zákonné dôvody,
- g) **oznámiť porušenie ochrany** osobných údajov prevádzkovateľovi bez zbytočného odkladu po tom, ako sa o ňom dozvedel.

Použitá literatúra

1. BERTHOTY, J. a kol. *Všeobecné nariadenie o ochrane osobných údajov*. Praha : C. H. Beck, 2018, 716 s., ISBN 978-80-740-071-49.
2. DRGONEC, J. *Ústava Slovenskej republiky. Teória a prax*. Bratislava : C. H. Beck, 2015, 1604 s., ISBN 978-80-89603-39-8.

3. KARAS, V., KRÁLIK, A. *Právo Európskej únie*. Praha : C. H. Beck, 2012, 560 s., ISBN 978-80-7179-287-1.
4. NEZMAR, L. *GDPR: praktický průvodce implementací*. Praha : Grada Publishing, 2018, 304 s., ISBN 978-80-271-066-84.
5. RICHTER, Š. Ochrana osobních údajů v kontextu poskytování digitálních dat spotřebitelům. In: *Právník*, 2021 (9), ISSN 0231-6625, str. 745 – 785.
6. Úrad na ochranu osobných údajov SR. 2022. *Často kladené otázky k Nariadeniu a zákonu č. 18/2018 Z.z.* (online) 2022. In.: <https://dataprotection.gov.sk/uoou/sk/content/casto-kladene-otazky-k-nariadeniu-zakonu-c-182018-z-z-2>.
7. Výkon auditov v oblasti ochrany osobných údajov podľa Nariadenie GDPR (online) 2021. <https://www.gdpr-dataprotection.sk/clanok/20-vykon-auditov-v-oblasti-ochrany-osobnych-udajov-podla-nariadenia-gdpr>.
8. Právne predpisy podľa textu.

6. HOSPODÁRSKA SÚŤAŽ

6.1. PRÁVO HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE A OCHRANA HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE

Na existenciu riadneho fungovania trhového hospodárstva je **nevyhnutná čestná trhovú súťaž**, ktorá **garantuje**:

- a) **voľnosť vstupu** subjektov na trh a
- b) **rovnaké pravidlá správania sa** na trhu pre všetkých účastníkov hospodárskej súťaže.

Hospodárska súťaž je súbežná snaha súťažiteľov na trhu (ako priestore pre realizáciu činnosti, na ktorom dochádza k súpereniu), **ktorej cieľom je predstihnúť iných súťažiteľov a získať tak pre seba hospodársky prospech alebo inú hospodársku výhodu**. Konkrétnejšia definícia pojmu hospodárska súťaž nie je (vzhľadom na rôznorodosť a početnosť vzťahov, ktoré medzi súťažiteľmi existujú) možná a žiadaná.

K funkciám hospodárskej súťaže patria napríklad:

- a) optimálne využívanie zdrojov ekonomiky,
- b) stabilita ekonomiky,
- c) technologický rozvoj,
- d) ochrana spotrebiteľa,
- e) ochrana životného prostredia a pod.

S prehlbujúcou sa globalizáciou rastie počet súťažiteľov, ktorí sa chcú na trhu nielen presadiť (právo podnikat' garantuje čl. 35 Ústavy), ale aj udržať si svoju (už dosiahnutú) pozíciu. V snahe o to uskutočňujú rôzne aktivity, pomocou ktorých sa snažia získať prvenstvo pred svojimi konkurentmi, či už priamymi alebo nepriamymi. Neraz sa pritom odchýlia od pravidiel ustanovených v právnych predpisoch. Pretože dodržiavanie predmetných pravidiel je nevyhnutné pre zdravú súťaž (a tým aj samotnú ekonomiku Slovenskej republiky, ochranu spotrebiteľa, ochranu životného prostredia a pod.), **štát musí pôsobiť ako ochranca hospodárskej súťaže**. Vzťahy, ktoré vznikajú v hospodárskej súťaži, upravuje **súťažné právo**. Tradične sa rozdeľuje na:

- a) **právo proti obmedzovaniu hospodárskej súťaže** (označované aj ako protimonopolné právo, kartelové právo alebo antitrustové právo) a
- b) **právo proti nekalej súťaži** (ktoré je typickou súčasťou obchodného práva).

Ochranu hospodárskej súťaže primárne zakotvuje čl. 55 Ústavy. Formuluje **orientáciu hospodárskej politiky Slovenskej republiky, ktorá sa zakladá na princípoch sociálne**

a ekologicky orientovanej trhovej ekonomiky. Ochranu a podporu konkurenčného hospodárskeho prostredia a vytváranie právnych prostriedkov a záruk proti obmedzovaniu hospodárskej súťaže, ktoré zákon označí za nedovolené (**tzv. pozitívny záväzok štátu**), zakotvuje čl. 55 ods. 2 Ústavy. Uvedený článok, podľa ktorého **Slovenská republika chráni a podporuje hospodársku súťaž**, pričom podrobnosti ustanoví zákon, je blanketovou právnou normou. Predpokladá totiž prijatie zákonov, ktoré problematiku hospodárskej súťaže upravujú podrobnejšie. Ide o:

a) **zákon č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže** a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ktorého účelom je:

1. **ochrana hospodárskej súťaže** pred jej obmedzovaním,
2. vytváranie podmienok na ďalší rozvoj hospodárskej súťaže v prospech spotrebiteľov,
3. úprava pôsobnosti a právomoci Protimonopolného úradu Slovenskej republiky pri dohľade nad dodržiavaním ustanovení tohto zákona;

zákon o ochrane hospodárskej súťaže upravuje **právo na ochranu proti obmedzovaniu hospodárskej súťaže**, ktoré svojou podstatou **patrí do verejného práva**, pre ktoré sú typické nadriadenosť a podriadenosť subjektov (subordinácia), sledovanie verejného záujmu a prevaha právnych noriem, od ktorých sa nie je možné odchyliť (kogentné alebo imperatívne právne normy); na rozhodnutie, či ide o nedovolené obmedzovanie hospodárskej súťaže, je príslušný **Protimonopolný úrad Slovenskej republiky**;

b) **zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník**, konkrétne jeho § 41 až § 55d, ktorý upravuje:

1. účasť na hospodárskej súťaži,
2. **nekalú súťaž**,
3. právne prostriedky ochrany proti nekalej súťaži, a to všeobecné ustanovenia a osobitné ustanovenia vo vzťahu k právnym prostriedkom ochrany obchodného tajomstva.

Obchodný zákonník upravuje **právo na ochranu proti nekalej súťaži**, ktoré svojou podstatou **patrí do súkromného práva**, pre ktoré sú typické rovnosť subjektov, sledovanie súkromného záujmu a prevaha právnych noriem, od ktorých je možné sa odchyliť (dispozitívne právne normy). Na rozhodnutie, či ide o nekalú súťaž, sú príslušné tri **všeobecné súdy Slovenskej republiky pre celé územie Slovenskej republiky**, a to Mestský súd Bratislava III, Okresný súd Banská Bystrica a Mestský súd Košice.

6.2. PRÁVNÁ ÚPRAVA PODĽA ZÁKONA O OCHRANE HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE

6.2.1. Právo proti obmedzovaniu hospodárskej súťaže vo všeobecnosti

Verejnoprávna ochrana hospodárskej súťaže sa označuje aj ako **kartelové alebo protimonopolné právo**. Právo proti obmedzovaniu hospodárskej súťaže nemá žiadnu generálnu klauzulu, ale len tri **osobitné skutkové podstaty**. Tie sú formulované ako zakazujúce (nie ako vymedzujúce) konania s určitým cieľom alebo účinkom. Z vecnej stránky sa skutkové podstaty navzájom vylučujú. Súťažiteľ by tak jedným konaním nemal zároveň naplniť viaceré skutkové podstaty.

Tri osobitné skutkové podstaty (t. j. formy nedovoleného obmedzovania hospodárskej súťaže) podľa zákona o ochrane hospodárskej súťaže sú:

- a) **dohoda obmedzujúca súťaž** (tzv. kartel),
- b) **zneužívanie dominantného postavenia na trhu** (tzv. monopol) a
- c) **iné formy nedovoleného obmedzovania súťaže** (zásahy do hospodárskej súťaže nie zo strany podnikateľov, ale od orgánov verejnej moci, ktorým zjavne zvýhodňujú alebo inak podporujú určitého podnikateľa).

6.2.2. Dohoda obmedzujúca súťaž (kartel)

Dohoda obmedzujúca súťaž (kartelová dohoda alebo kartel) **predstavuje:**

- a) **dohodu podnikateľov**,
- b) **zosúladený postup podnikateľov**, pri ktorom podnikatelia vedome koordinujú svoje správanie alebo
- c) **rozhodnutie združenia podnikateľov** (ktoré je nasledované jeho členmi), ktorých **cieľom alebo následkom je alebo môže byť obmedzovanie súťaže**.

Ide napríklad o kartel o priamom alebo nepriamom určení cien tovaru, rozdelení trhu, rozdelení zdrojov zásobovania alebo obsahujúca diskriminačné ustanovenia.

Účelom tzv. **horizontálnych dohôd**, t. j. dohôd obmedzujúcich súťaž medzi podnikateľmi, ktorí sú vzájomnými priamymi konkurentmi, sú najmä **zmiernenie konkurencie** a následný **nárast cien**. Vzájomná dohoda podnikateľov potláča ich konkurenčný boj a s ním súvisiaci tlak na neustálu inováciu svojich výrobkov a služieb v snahe získať zákazníka. V dôsledku

spomalenia inovácií zákazníci za tovary a služby nižšej kvality (alebo z užšej ponuky) zaplatia vyššie ceny.

Tzv. **vertikálne dohody** sú dohody obmedzujúce súťaž uzatvárané medzi podnikateľmi na rôznych stupňoch výrobného alebo distribučného reťazca, napríklad medzi dodávateľom a odberateľom. Ide napríklad o dohody o výhradnej distribúcii alebo dohody, ktorých uzatvorenie je podmienené prijatím ďalších záväzkov, ktoré povahou alebo podľa obchodných zvyklostí nesúvisia s predmetom týchto zmlúv.

Popri členení na horizontálne a vertikálne dohody sa rozlišuje aj medzi **cieľovými dohodami** (ide o dohody podnikateľov alebo podnikov, ktorých cieľom je obmedziť súťaž a ktoré predstavujú tzv. **hard-core kartely** ako napr. dohoda o určení cien) a tzv. **následkovými dohodami** (dohodami podnikateľov alebo podnikov, ktorých primárnym cieľom síce nebolo obmedzenie súťaže, avšak k obmedzeniu súťaže došlo).

Nie všetky dohody obmedzujúce súťaž (kartely) sú zakázané. Existujú výnimky zo zákazu kartelov, medzi ktoré patria:

- a) **uplatnenie** tzv. **pravidla de minimis**, keď kartely majú zanedbateľný negatívny účinok na súťaž, pričom účastníci kartelu nemali za cieľ súťaž obmedziť,
- b) **legálne výnimky**,⁹¹ ktoré reflektujú pozitívny efekt kartelov pre spotrebiteľov (spotrebiteľia majú primeranú časť prospechu zo zlepšenia výroby alebo distribúcie tovaru, alebo podpory technického alebo hospodárskeho rozvoja),
- c) **skupinové výnimky**⁹² pre vybrané odvetvia hospodárstva (napr. automobilový priemysel) alebo prospešné aktivity (napr. veda a výskum).

6.2.3. Zneužívanie dominantného postavenia na trhu (monopol)

Zneužívaním dominantného postavenia na trhu (monopolom) je najmä:

1. priame alebo nepriame **uplatňovanie neprimeraných cien alebo** iných neprimeraných **obchodných podmienok**,
2. **obmedzenie** výroby, odbytu alebo technického vývoja tovaru **na úkor spotrebiteľov**,
3. uplatňovanie rozdielnych podmienok pri zhodnom alebo porovnateľnom plnení voči jednotlivým podnikateľom, ktorými sú alebo môžu byť títo podnikatelia znevýhodňovaní v súťaži (t. j. **diskriminácia**), alebo

⁹¹ Bližšie pozri § 4 ods. 4 zákona o ochrane hospodárskej súťaže.

⁹² Bližšie pozri § 4 ods. 5 zákona o ochrane hospodárskej súťaže.

4. viazanie súhlasu s uzavretím zmluvy na podmienku, že druhá zmluvná strana prijme aj ďalšie záväzky, ktoré svojou povahou alebo podľa obchodných zvyklostí nesúvisia s predmetom tejto zmluvy (tzv. **viazané obchody**).

Podnikateľ má dominantné (monopolné) postavenie, ak sa môže vo vzťahu ku konkurentom, odberateľom a spotrebiteľom správať nezávisle, t. j., môže ovplyvňovať parametre trhu (ceny, výstupy, dizajny, inovácie a pod.). Samotná existencia dominantného postavenia podnikateľa nie je zakázaná, zakázané je zneužívanie tohto postavenia.

Určovanie dominancie sa posudzuje podľa okolností konkrétneho prípadu. Vychádza sa z trhového podielu podnikateľa na relevantnom trhu (relevantný trh je priestorový a časový súbeh ponuky a dopytu takých výrobkov, výkonov, prác a služieb, ktoré sú na uspokojenie určitých potrieb z hľadiska užívateľa zhodné alebo zastupiteľné, resp. zameniteľné) a jeho vývoja, pričom sa zohľadňujú aj štruktúra trhu, bariéry vstupu na trh, vyrovnávacía kúpna sila a pod. K najčastejším formám zneužívania dominantného postavenia na trhu patria **vylučovacie praktiky, ktoré bránia vstupu nových subjektov na trh** (napr. neposkytnutím prístupu k infraštruktúre, sieti alebo inému typu unikátneho zariadenia, diskrimináciou, uplatňovaním praktiky stláčania marže a pod.), a **vykorisťovateľské praktiky, ktoré síce priamo nebránia vstupu nových subjektov na trh, ale znižujú spotrebiteľský prospech**, ktorý si vo svoj prospech neodôvodnene sťahuje dominantný podnikateľ (napr. účtovanie neprimerane vysokých cien, ktoré vedie k priamemu poklesu prospechu spotrebiteľa a vyberaniu „renty“ na jeho úkor).

Pretože **výpočet praktík v zákone o ochrane hospodárskej súťaže je demonštratívny**, podnikateľ môže byť sankcionovaný aj za iný spôsob zneužívania dominantného postavenia na trhu.

6.2.4. Iné formy nedovoleného obmedzovania súťaže

Orgán štátnej správy pri výkone štátnej správy, jednotka územnej samosprávy (obec alebo vyšší územný celok) pri výkone samosprávy a pri prenesenom výkone štátnej správy alebo záujmová samospráva (napr. profesijné združenie podnikateľov) pri prenesenom výkone štátnej správy nesmú zjavnou podporou, ktorá zvýhodňuje určitého podnikateľa, alebo iným spôsobom obmedzovať súťaž.

Predmetom posudzovania súťažných orgánov boli rôzne kategórie normatívnych správnych aktov vydávaných orgánmi štátnej správy (napr. vyhlášky, výnosy, opatrenia), vrátane interných normatívnych aktov (napr. inštrukcie, usmernenia, pokyny). Išlo napr. o pokyn

Ministerstva zdravotníctva SR adresovaný Sociálnej poisťovni Bratislava, aby neakceptovala zdravotnícke tlačivá od firmy IGAZ, ale výlučne tlačivá od spoločnosti ŠEVT, a.s. Následne Sociálna poisťovňa formou pokynu inštruovala aj zmluvné zdravotnícke zariadenia, čím podporila spoločnosť ŠEVT, a.s. a zjavne ju zvýhodnila pred spoločnosťou IGAZ.

Súťažné orgány skúmali aj všeobecne záväzné nariadenia obcí alebo vyšších územných celkov, ktoré upravovali najmä tepelnú energetiku, keď došlo k obmedzeniu práva odberateľov (napr. obyvateľov miest Zvolen, Stará Ľubovňa, Považská Bystrica) vybrať si spôsob zásobovania teplom. Išlo napr. o vydanie všeobecne záväzného nariadenia č. 83/2004 o záväznej časti Územného plánu mesta Zvolen v bode G.3 – Energetika, v ktorom sa ustanovuje, že mesto má „v zásobovaní teplom rozvojových území mesta v jednotlivých mestských sektoroch uprednostniť pripojenie na centrálny zdroj tepla tam, kde sú pre toto riešenie optimálne územno-technické podmienky“ a že mesto má „zamedziť vytváraniu nových malých zdrojov znečistenia ovzdušia v jednotlivých mestských sektoroch, pokiaľ sú objekty napojené na systém centrálného zásobovania teplom“. Mesto Zvolen malo v úmysle zamietť žiadosti o stavebné povolenie na nové odberné plynové zariadenia tam, kde existovala možnosť napojenia sa na centrálny zdroj tepla. Zjavnou podporou zvýhodňujúcou určitého podnikateľa obmedzilo mesto Zvolen súťaž v oblasti tepelnej energetiky na svojom území.⁹³

Z rozhodovacej praxe Protimonopolného úradu vyplýva, že škála typov zásahov do hospodárskej súťaže zo strany orgánov verejnej moci je užšia ako škála typov zásahov do súťaže zo strany podnikateľov.

6.2.5. Koncentrácia (fúzie)

K formám nedovoleného obmedzovania hospodárskej súťaže môžeme v istých prípadoch začleniť aj **kontrolovanú koncentráciu podnikov** (tzv. **fúzie**). Ide o **proces ekonomického spájania podnikateľov na trvalom základe, ktorým je:**

- a) **zlúčenie alebo splynutie** dvoch alebo viacerých samostatných podnikateľov (tzv. korporáčne prepojenie) alebo
- b) **získanie priamej alebo nepriamej kontroly** jedným podnikateľom alebo viacerými podnikateľmi nad podnikateľom, jeho časťou alebo nad viacerými podnikateľmi alebo ich časťami.

⁹³Bližšie pozri Rozhodnutie č. 2006/39/R/2/127 zo dňa 24. novembra 2006, ktorým Rada Protimonopolného úradu potvrdila prvostupňové rozhodnutie Protimonopolného úradu č. 2006/39/2/1/087 zo dňa 21. júla 2006.

Spojenia medzi podnikateľmi, ktoré dosahujú zákonom stanovené obrátové kritériá dosiahnuté za účtovné obdobie, ktoré predchádza vzniku koncentrácie, **podliehajú kontrole** zo strany Protimonopolného úradu Slovenskej republiky. Ten po doručení oznámenia koncentrácie zhodnotí, či ide o koncentráciu, určí účastníkov koncentrácie a posúdi, či koncentrácia spĺňa notifikačné kritériá. Následne **posúdi koncentráciu zo súťažného pohľadu**.

Preventívna kontrola koncentrácie (t. j., účinky koncentrácie nemôžu nastať skôr ako koncentráciu Protimonopolný úrad Slovenskej republiky povolí) sa realizuje preto, lebo pri realizácii koncentrácie môže podnik získať dominantné postavenie na trhu.

Popri zákone o ochrane hospodárskej súťaže k významným predpisom vnútroštátneho práva patria aj:

- zákon č. 350/2016 Z. z. o niektorých pravidlách uplatňovania nárokov na náhradu škody spôsobenej porušením práva hospodárskej súťaže a
- zákon č. 358/2015 Z. z. o úprave niektorých vzťahov v oblasti štátnej pomoci a minimálnej pomoci (zákon o štátnej pomoci).

6.2.6. Protimonopolný úrad Slovenskej republiky

Úlohu chrániť hospodársku súťaž pred jej obmedzovaním zveril štát Protimonopolnému úradu Slovenskej republiky, ktorý je **nezávislým ústredným orgánom štátnej správy Slovenskej republiky na ochranu a podporu hospodárskej súťaže**. Zasahuje proti zakázaným praktikám, kontroluje štruktúru trhov a pôsobí na vytváranie priaznivých konkurenčných podmienok, pričom okrem slovenského práva aplikuje aj európske právo hospodárskej súťaže.

V medziach svojich právomocí reguluje konanie alebo činnosť súťažiteľov. Okrem iného:

- a) **vykonáva prešetrovanie v jednotlivých odvetviach hospodárstva**, a to v snahe získať informácie o stave hospodárskej súťaže;
- b) **postupuje a rozhoduje vo veciach ochrany súťaže a vykonáva kontrolu nad dodržiavaním svojich rozhodnutí**, zisťuje, či je dôvod na začatie konania podľa zákona o ochrane hospodárskej súťaže, a ak dôvod existuje, tak koná a vydá rozhodnutie.

Konanie sa začína **z vlastného podnetu** Protimonopolného úradu Slovenskej republiky alebo **na návrh** účastníka konania. O porušení zákona o ochrane hospodárskej súťaže

rozhoduje Protimonopolný úrad Slovenskej republiky v **správnom konaní**, ktorého cieľom je vydanie rozhodnutia.

V rozhodnutí môže:

- a) **určiť, že konanie alebo činnosť subjektu porušujú zákon** o ochrane hospodárskej súťaže a **uložiť podnikateľovi pokutu**, a to až do výšky 10 % z obratu za predchádzajúce účtovné obdobie, a to aj opakovane;
- b) uložiť subjektu **povinnosť zdržať sa takéhoto konania**;
- c) uložiť subjektu **povinnosť odstrániť protiprávny stav**;
- d) **navrhovať ďalšie opatrenia** na ochranu a podporu súťaže, čím vytvára podmienky na zlepšenie a ďalší rozvoj hospodárskej súťaže.

6.3. PRÁVNA ÚPRAVA PODĽA OBCHODNÉHO ZÁKONNÍKA (PRÁVO PROTI NEKALEJ SÚŤAŽI)

Súťažitelia, t. j. fyzické a právnické osoby, ktoré sa zúčastňujú na hospodárskej súťaži, aj keď nie sú podnikateľmi (súťažiteľmi sú popri podnikateľoch aj nepodnikateľské subjekty, ako sú napríklad občianske združenia, profesijné komory, nadácie a pod.):

- a) majú **právo slobodne rozvíjať svoju súťažnú činnosť** v záujme dosiahnutia hospodárskeho prospechu a **združovať sa** na výkon súťažnej činnosti;
- b) sú **povinní dbať na právne záväzné pravidlá hospodárskej súťaže** (ktoré však Obchodný zákonník nedefinuje ani nevymenováva) a **nezneužívať účasť na hospodárskej súťaži**.

Za zneužitie účasti na hospodárskej súťaži sa podľa § 42 Obchodného zákonníka považuje:

- **nekalé súťažné konanie** (označované aj synonymom nekalá súťaž), ktoré je upravené v § 44 a nasl. Obchodného zákonníka a
- **nedovolené obmedzovanie hospodárskej súťaže**, ktoré upravuje osobitný zákon o ochrane hospodárskej súťaže, ktorému sme sa venovali v kapitole 6.2.

6.3.1. Generálna klauzula nekalej súťaže

Generálnou klauzulou nekalej súťaže je ustanovenie § 44 ods. 1 Obchodného zákonníka. Aby mohlo byť určité konanie kvalifikované ako nekalosúťažné podľa generálnej klauzuly, musí zároveň (kumulatívne) spĺňať **tri podmienky**:

- a) **Musí ísť o konanie v hospodárskej súťaži.** Predpokladá sa existencia najmenej dvoch súťažiteľov, ktorí majú súťažný zámer, t. j. cieľ predstihnúť jeden druhého, a tým pre seba získať hospodársky prospech. V praxi sa v súťažnom vzťahu môžu ocitnúť aj súťažitelia s rozdielnymi (nielen s podobnými) výrobkami a službami. Postačuje, že konanie súťažiteľa zasahuje do sféry činnosti druhého súťažiteľa.
- b) **Takéto konanie je v rozpore s dobrými mravmi súťaže.** Pojem dobré mravy je každému intuitívne zrozumiteľný. Obchodný zákonník však definíciu pojmu dobré mravy súťaže a konania v rozpore s dobrými mravmi súťaže neobsahuje. Dobré mravy súťaže sú **princípy férovej súťaže**, teda pravidlá a zvyklosti, ktoré sa v konkurenčnom prostredí dodržiavajú samotnými súťažiteľmi. Náskok oproti konkurentom sa získava napríklad kvalitnejšími výrobkami, nižšími cenami, originálnou reklamou a pod.
- c) Takéto konanie **je spôsobilé privodiť ujmu súťažiteľom alebo spotrebiteľom.** Ujma môže byť **majetková** (škoda alebo ušlý zisk) alebo **nemajetková** (strata dôveryhodnosti, dobrého mena alebo povesti fyzických osôb alebo právnických osôb, spochybnenie serióznosti konania súťažiteľov, zníženie ich potenciálneho zisku a pod.). Ujma **reálne vzniknúť nemusí.** Postačí, ak jej vznik reálne hrozí.

6.3.2. Osobitné skutkové podstaty nekalej súťaže

Obchodný zákonník v ustanoveniach § 45 až 52 enumeratívne (nie taxatívne) vymenúva jednotlivé **skutkové podstaty nekalej súťaže**. Za nekalú súťaž sa považujú najmä:

- a) **klamlivá reklama** (§ 45);
- b) **klamlivé označenie tovaru a služieb** (§ 46);
- c) **vyvolávanie nebezpečenstva zámeny** (§ 47);
- d) **parazitovanie na povesti podniku, výrobkov alebo služieb iného súťažiteľa** (§ 48);
- e) **podplácanie** (§ 49);
- f) **zľahčovanie** (§ 50);
- g) **porušenie obchodného tajomstva** (§ 51);
- h) **ohrozovanie zdravia spotrebiteľov a životného prostredia** (§ 52).

Jedným konaním súťažiteľa môžu byť súčasne naplnené viaceré osobitné skutkové podstaty nekalej súťaže (napríklad súťažiteľ sa zároveň dopustil klamlivej reklamy, klamlivého označovania tovaru a služieb a parazitovania na povesti).

Ak určité konanie nenapĺňa znaky jednej z osobitných skutkových podstát nekalej súťaže (uvedených v § 45 až 52 Obchodného zákonníka), **stále môže ísť o nekalosúťažné**

konanie podľa generálnej klauzuly (uvedenej v § 44 ods. 1 Obchodného zákonníka). Prílišná všeobecnosť generálnej klauzuly v praxi flexibilne umožňuje za nekalosúťažné konanie vyhlásiť aj také konanie, ktoré nenapĺňa znaky osobitných skutkových podstát.

6.3.3. Klamlivá reklama

Medzi najvyužívanejšie nástroje marketingovej komunikácie patrí reklama. Nesmie však byť klamlivá. Klamlivá reklama sa označuje aj ako tzv. **malá generálna klauzula**. O klamlivú reklamu ide, ak sú naplnené tieto znaky:

- a) **Konanie spĺňa znaky reklamy**, ktorú upravuje zákon o reklame. Za reklamu sa považujú predvedenie, prezentácia alebo iné oznámenie v každej podobe, ktoré súvisí s obchodnou, podnikateľskou alebo inou zárobkovou činnosťou s cieľom uplatniť produkty na trhu. Obsahom reklamy je akákoľvek informácia, ktorú možno zachytiť zmyslami (zrakom, sluchom, čuchom, hmatom) adresáta. Podľa zákona o reklame reklama napríklad nesmie:
 1. obsahovať čokoľvek, čo znevažuje ľudskú dôstojnosť, uráža národnostné cítieanie alebo náboženské cítieanie, ako aj akúkoľvek diskrimináciu na základe pohlavia, rasy a sociálneho pôvodu;
 2. prezentovať potraviny a výživové doplnky tak, akoby mali účinky liekov;
 3. odvolávať sa na vyhlásenia iných osôb bez ich predchádzajúceho súhlasu a pod.
- b) **Predmetom reklamy** sú tovary, služby, nehnuteľnosti, obchodné meno, ochranné známky, označenia pôvodu výrobkov alebo iné práva a záväzky súvisiace s podnikaním. Pri tovaroch ide napríklad o zemepisný pôvod tovaru alebo o výsledok, ktorý možno očakávať od použitia tovaru.
- c) **Reklama uvádza do omylu alebo je spôsobilá uviesť do omylu** osoby, ktorým je určená (napríklad dôchodkové poistenie je určené cieľovej skupine a pre posúdenie klamlivosti reklamy sú smerodajné schopnosti chápania reklamy adresátov reklamy) alebo ku ktorým sa dostane, či už ide o pôvodnú cieľovú skupinu adresátov alebo len náhodných adresátov. Môže preto ísť aj o **pravdivú informáciu, ktorá však môže uviesť do omylu**. Naproti tomu, nie každá nepravdivá informácia je nevyhnutne spôsobilá uviesť jej adresátov do omylu, čo je **prípád tzv. bežného reklamného preháňania**.
- d) V dôsledku klamlivosti **je reklama spôsobilá ovplyvniť ekonomické správanie adresátov alebo môže poškodiť** iného súťažiteľa alebo spotrebiteľa.

Klamlivou reklamou je napríklad reklama, v ktorej súťažiteľ, napr. český výrobca kúpeľnej soli, tvrdí, že jeho soľ má účinky ako pobyt v kúpeľoch, a využije piešťanskú sochu pacienta, ktorý láme barly.

Zákon o reklame v ustanovení § 4 upravuje tzv. **porovnávaciu reklamu**, ktorá priamo alebo nepriamo označuje iného súťažiteľa alebo jeho produkty. Porovnávacia reklama je za splnenia určitých podmienok prípustná. Bližšie pozri kapitolu 4.1.

6.3.4. Klamlivé označenie tovaru a služieb

Klamlivým označením tovaru a služieb je:

- a) **každé označenie** (uvedené na tovare, obale tovaru, obchodných písomnostiach a pod.), ktoré je spôsobilé vyvolať **mylnú domnienku, že tovar alebo služby:**
 - 1. **pochádzajú z určitej krajiny, oblasti alebo miesta** (napr. obce, vrchu, rieky a pod.) **alebo od určitého výrobcu alebo**
 - 2. **vykazujú osobitné charakteristické znaky** (osobitnú akosť);
- b) také **nesprávne označenie tovaru alebo služieb, ku ktorému je pripojený dodatok slúžiaci na odlíšenie od pravého pôvodu** (napríklad pravý, pôvodný, originálny), pričom označenie je napriek tomu spôsobilé vyvolať o pôvode alebo povahe tovaru alebo služieb **mylnú domnienku**.

O klamlivé označenie tovarov a služieb ide napríklad vtedy, keď súťažiteľ vyrába stoličky z drevotriesky a na stoličkách uvedie označenie „pravé drevo“. Zároveň môže ísť aj o skutkovú podstatu vyvolania nebezpečenstva zámieny (pozri kapitolu 6.3.5).

Klamlivým označením nie je uvedenie názvu, ktorý sa v hospodárskom styku už všeobecne vžil ako údaj slúžiaci na označovanie druhu alebo akosti tovaru (napríklad uhorská saláma, spišské párky, ementálsky syr). Takéto označenie je klamlivé iba vtedy, ak je k nemu pripojený dodatok spôsobilý klamať o pôvode (napríklad pravý, pôvodný, originálny). Týmto ustanovením nie sú dotknuté práva a povinnosti zo zapísaného označenia pôvodu výrobkov, ochranných známok, chránených odrôd rastlín a plemien zvierat ustanovené osobitnými zákonmi.

6.3.5. Vyvolanie nebezpečenstva zámieny

Vyvolanie nebezpečenstva zámieny s podnikom, obchodným menom, osobitným označením alebo výrobkami alebo výkonmi iného súťažiteľa je:

- a) **Použitie osobitných označení podniku, ktoré už iný súťažiteľ podľa práva používa**, napríklad napodobenie obchodného mena iného súťažiteľa (obchodné meno súťažiteľa – výrobcu strojového zariadenia „*Condux*“ a obchodné meno súťažiteľa – výrobcu príslušenstva k tomuto strojovému zariadeniu „*Kondex*“).
- b) **Použitie osobitných označení podniku alebo osobitných označení alebo úpravy výrobkov, výkonov alebo obchodných materiálov podniku, ktoré v zákazníckych kruhoch platia pre určitý podnik alebo závod za príznačné**, napríklad napodobenie označenia obalov, tlačív, katalógov, reklamných prostriedkov súťažiteľa (súťažiteľ svoju obchodnú spoločnosť označí červenými iniciálami *H&M*, napriek tomu, že predmetné označenie je typické pre odevnú značku).
- c) **Napodobenie cudzích výrobkov, ich obalov alebo výkonov**. Napríklad súťažiteľ napodobní typický tvar fľaše Coca-Coly pre svoj tovar označený ako Cola.
- d) **Konanie podnikateľa, ktoré spočíva vo voľbe obchodného mena, ktoré je objektívne spôsobilé vyvolať u adresátov jeho obchodnej dokumentácie nebezpečenstvo zámieny podnikateľa s iným podnikateľom** zapísaným vo verejnom registri alebo inej evidencii vedenej na základe zákona. Napríklad súťažiteľ, ktorého predmetom činnosti podnikania je predaj nábytku, svoje prevádzky, ktoré majú tvar modrého štvorca, označí názvom IKA. Zároveň môže ísť aj o skutkovú podstatu parazitovania na povesti.

6.3.6. Parazitovanie na povesti

Parazitovaním na povesti je:

- a) **využívanie povesti podniku, výrobkov alebo služieb iného súťažiteľa**
- b) **s cieľom získať pre výsledky vlastného alebo cudzieho podnikania prospech, ktorý by súťažiteľ inak nedosiahol.**

Musí existovať povesť, na ktorej je možné parazitovať. Preto treba prihliadať na renomé (*goodwill*) súťažiteľa, na ktorého povesti sa má parazitovať, ako aj na povesť toho súťažiteľa, ktorý sa má dopúšťať parazitovania.

Snahou je **usporiť vlastné náklady na podnikanie** na úkor toho súťažiteľa, ktorý už určité náklady na vybudovanie svojej dobrej povesti vynaložil. Parazitujúci podnikateľ dosiahne vyšší zisk, ako by dosiahol svojimi vlastnými schopnosťami a prípadnými vynaloženými nákladmi.

Parazitovanie na povesti nepriamo nachádzame aj v rámci iných osobitných skutkových podstát nekalej súťaže, najmä klamlivej reklamy, klamlivého označenia tovaru a služieb a vyvolania nebezpečenstva zámeny.

K parazitovaniu na povesti by došlo napríklad, ak súťažiteľ uvedie reklamu na bábiku Petru, v ktorej bude spotrebiteľ a presviedčať, že bábika Petra je najlepšou kamarátkou bábiky Barbie. Uvedie, že Petra si s Barbie požičiavajú šaty, bývajú v Barbie dome a chodia spolu na nákupy. Zároveň je naplnená skutková podstata klamlivej reklamy.

6.3.7. Podplácanie

Korupcia nepochybne patrí medzi najzávažnejšie protispoločenské konanie, ktoré ohrozuje hospodárstvo Slovenskej republiky. Často jej podliehajú ľudia, ktorí sa na jednej strane necítia byť adekvátne ohodnotení, na strane druhej disponujú dôležitými právomocami (napríklad informačnými, riadiacimi, kontrolnými) a sú v pokušení ich využiť vo svoj osobný prospech.

Podplácaním je konanie, ktorým:

- a) **súťažiteľ** osobe, ktorá je členom štatutárneho alebo iného orgánu iného súťažiteľa, alebo je v pracovnom, alebo inom obdobnom pomere k inému súťažiteľovi, priamo alebo nepriamo **ponúkne, sľúbi alebo poskytne akýkoľvek prospech** za tým účelom, **aby jej nekalým postupom docielil na úkor iných súťažiteľov pre seba alebo iného súťažiteľa prednosť alebo inú neoprávnenú výhodu v súťaži** (napríklad obstaranie zahraničného štipendia pre dieťa osoby, ktorá má byť ovplyvnená), alebo
- b) osoba uvedená v predchádzajúcom bode priamo alebo nepriamo **žiada, dá si sľúbiť alebo prijme** (napríklad ponechanie si peňazí nájdených v obálke na pracovnom stole) za rovnakým účelom **akýkoľvek prospech**.

6.3.8. Zľahčovanie

Zľahčovaním je konanie, ktorým súťažiteľ uvedie alebo rozširuje o pomeroch, výrobkoch alebo výkonoch iného súťažiteľa:

- a) **nepravdivé údaje** spôsobilé privodiť ujmu tomuto súťažiteľovi (napríklad ohováranie výrobkov iného súťažiteľa) alebo
- b) **pravdivé údaje spôsobilé privodiť ujmu** tomuto súťažiteľovi.

O zľahčovanie nepôjde, ak sú tieto pravdivé údaje uvedené v porovnávacej reklame alebo ak bol súťažiteľ k takému konaniu donútený okolnosťami (oprávnená obrana).

6.3.9. Porušenie obchodného tajomstva

Právny inštitút obchodného tajomstva upravuje § 17 Obchodného zákonníka, ktorý ho kvalifikuje ako právo patriace podniku.

Porušením obchodného tajomstva je konanie rušiteľa obchodného tajomstva spočívajúce v **neoprávnenom získaní, využití alebo sprístupnení obchodného tajomstva**. Rušiteľ obchodného tajomstva pre seba alebo pre iného v hospodárskej súťaži neoprávnene využije obchodné tajomstvo, o ktorom sa dozvedel, oznámi ho alebo inak ho sprístupní.

Obchodné tajomstvo tvoria všetky skutočnosti obchodnej, výrobnjej alebo technickej povahy súvisiace s podnikom, ktoré majú skutočnú alebo aspoň potenciálnu materiálnu alebo nemateriálnu hodnotu, nie sú v príslušných obchodných kruhoch bežne dostupné, majú byť podľa vôle podnikateľa utajené a podnikateľ zodpovedajúcim spôsobom ich utajenie zabezpečuje.

Konajúca osoba sa o obchodnom tajomstve mohla dozvedieť:

- a) tak, že tajomstvo sa jej zverilo alebo inak stalo prístupným (napríklad z technických návodov, výkresov, modelov) na základe jej pracovného vzťahu k súťažiteľovi alebo na základe iného vzťahu k nemu, prípadne v rámci výkonu funkcie, na ktorý ho súd alebo iný orgán povolal,
- b) vlastným alebo cudzím konaním priečiacim sa zákonu (napríklad zamestnanec vyzerá recept s tajnými ingredienciami na bylinný likér Becherovka inému súťažiteľovi).

Získanie obchodného tajomstva nie je neoprávnené, ak k nemu došlo napr. objavom alebo nezávislým vytvorením; pozorovaním, skúmaním, demontážou alebo testovaním výrobku alebo predmetu, ktorý bol sprístupnený verejnosti alebo ak k nemu došlo s cieľom ochrany verejného záujmu (v súvislosti s odhalením protiprávnej činnosti) a pod.

6.3.10. Ohrozovanie zdravia a životného prostredia

Ohrozaním zdravia a životného prostredia je konanie, ktorým **súťažiteľ** skresľuje podmienky hospodárskej súťaže tým, že:

- a) **prevádzkuje výrobu,**
- b) **uvádza na trh výrobky alebo**
- c) **uskutočňuje výkony**

ohrožujúce záujmy ochrany zdravia alebo životného prostredia chránené zákonom, **aby** tak získal pre seba alebo pre iného **prospech** na úkor iných súťažiteľov alebo spotrebiteľov.

6.3.11. Právne prostriedky ochrany proti nekalej súťaži

Hlavnou funkciou právnej úpravy nekalej súťaže je **prevencia pred protiprávnym konaním**.

Ak napriek tomu dôjde k zásahu do práv a právom chránených záujmov súťažiteľov, majú súťažitelia k dispozícii **zabraňovacie** (represívne) a **reparačné** (kompenzačné) nástroje. Ich úlohou sú faktické zabránenie ďalšieho pokračovania alebo zotrvávania v nekalosúťažnom konaní rušiteľa a kompenzácia vzniknutých následkov nekalosúťažného konania. Ide o tzv. **právne prostriedky ochrany proti nekalej súťaži**.

Medzi **základné nároky**, ktoré si súťažiteľ (ktorého práva boli nekalou súťažou porušené alebo ohrozené) proti rušiteľovi môže uplatniť, patria:

- a) **zdržanie sa konania** porušujúceho alebo ohrožujúceho právo žalobcu, s cieľom neprehlbovať závadný stav do budúcnosti (napríklad aby sa žalovaný zdržal šírenia klamlivej reklamy);
- b) **odstránenie závadného stavu**, s cieľom odstránenia príčin a dôsledkov nekalosúťažného konania (napríklad aby žalovaný stiahol z obehu produkty, ktorých obal je spôsobilý vyvolať nebezpečenstvo zámieny s produktmi žalobcu);
- c) **poskytnutie primeraného zadosťučinenia**, či peňažného (akási pokuta, ktorá priamo zasahuje majetok narušiteľa) alebo nepenažného (napríklad verejné ospravedlnenie sa, ak žalovaný napríklad poškodil dobrú povesť alebo meno žalobcu);
- d) **náhrada škody**, zameraná na reparáciu majetkovej ujmy, teda skutočnej škody a ušlého zisku;
- e) **vydanie bezdôvodného obohatenia**, čiže majetkového prospechu, ktorý žalovaný získal napríklad vyzradením obchodného tajomstva žalobcu inému súťažiteľovi.

Aktívne legitimovaný subjekt (osoba, ktorá je oprávnená domáhať sa svojich práv a právom chránených záujmov v hospodárskej súťaži) je:

- a) **osoba, ktorej práva boli porušené alebo ohrozené** konaním, ktoré je zároveň naplnením skutkovej podstaty tzv. generálnej klauzuly alebo aspoň jednej z osobitných skutkových podstatí;

- b) **právnická osoba oprávnená hájiť záujmy súťažiteľov a spotrebiteľov** (okrem prípadov skutkovej podstaty parazitovania na povesti, podplácania, zľahčovania, alebo porušenia obchodného tajomstva).

K právnym prostriedkom ochrany obchodného tajomstva podľa ustanovení Obchodného zákonníka patria aj:

- a) **neodkladné opatrenia** (napr. zákaz využívania obchodného tajomstva; zaistenie tovaru alebo uloženie povinnosti zložiť zábezpeku určenú na zabezpečenie náhrady škody a pod.),
- b) **nápravné opatrenia** (napr. zničenie všetkých dokumentov, predmetov, materiálov, látok alebo elektronických súborov obsahujúcich alebo tvoriacich obchodné tajomstvo),
- c) povinnosť **zverejňovania súdnych rozhodnutí** vo veci samej alebo v jeho časti **na náklady žalovaného**.

Hospodársku súťaž chránia aj **spotrebiteľské právo** (zákon o ochrane spotrebiteľa upravuje tzv. nekalé obchodné praktiky), **reklamné právo** (najmä zákon o reklame, ktorý úpravou podmienok prípustnej porovnávacej reklamy vymedzuje hranice osobitnej skutkovej podstaty zľahčovania), **právo duševného vlastníctva** (k jeho porušeniu môže dôjsť aj naplnením osobitných skutkových podstát klamlivého označenia tovaru alebo parazitovania na povesti) alebo **trestné právo**. Závažnejšie porušenia hospodárskej súťaže predstavujú skutkové podstaty trestných činov uvedené v piatej hlave Trestného zákona, ktorá upravuje trestné činy hospodárske. Ide napríklad o trestný čin zneužitia účasti na hospodárskej súťaži. Trestnoprávny postih má pritom charakter tzv. *ultima ratio* (krajnej možnosti) v prípadoch mimoriadne závažných alebo opakovaných. Spomenúť môžeme aj trestné činy ohrozenia obchodného tajomstva, poškodzovania spotrebiteľa, nekalých obchodných praktík voči spotrebiteľovi alebo porušovania autorského práva.⁹⁴

Použitá literatúra

1. HAJN, P. *Právo nekalé súťaže*. Brno : Masarykova univerzita, 1994, ISBN: 80-210-0923-3, 146 s.
2. HENDRYCH, D. a kol. *Právnický slovník*. 2 vyd. Praha : C. H. Beck, 2003, ISBN 80-7179-740-5, 1320 s.

⁹⁴Uvedené podľa MAGUROVÁ, H. Hospodárska súťaž. In VETERNÍKOVÁ a kol. *Základy obchodného práva pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017 a MAGUROVÁ, H. Hospodárska súťaž. In HOLUB, D. a kol. *Základy práva pre ekonómov*. 2. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer, 2021.

3. HOLUB, D. a kol. *Základy práva pre ekonómov. 2. vydanie.* Bratislava : Wolters Kluwer, 2021, ISBN 978-80-571-0416-2, 332 s.
4. KALESNÁ, K., BLAŽO, O. *Zákon o ochrane hospodárskej súťaže. Komentár.* Praha : C. H. Beck, 2012, ISBN 978-80-7400-257-1, 424 s.
5. KNAP, K., MUNKOVÁ, J., TOMSA, M. *Ochrana práv a zájmov podnikateľů v hospodárskej súťaži.* Ostrava : Monatex, 1993, ISBN 978-80-853-00-406, 151 s.
6. KRÁLIČKOVÁ, B. *Súkromnoprávne aspekty protimonopolného práva.* Bratislava : VEDA, 2012, ISBN 9788022412711, 280 s.
7. LAPŠANSKÝ, L. *Ochrana hospodárskej súťaže pred protisúťažnými zásahmi orgánov verejnej moci. 1. vyd. [elektronická publikácia].* Bratislava : Ústav štátu a práva SAV, 2020, ISBN 978-80-973039-6-9, 162 s.
8. LAPŠANSKÝ, L. Systém ochrany hospodárskej súťaže podľa článku 55 ods. 2 Ústavy Slovenskej republiky. In *Právny obzor.* 2017, č. 6. ISSN 0032-6984, s. 576-594
9. MAGUROVÁ, H. a kol. *Právo v podnikaní.* Bratislava : Ekonóm, 2023, ISBN 978-80-225-50-46-8, 238 s.
10. MUNKOVÁ, J. *Právo proti nekalé súťaži. Komentár. 3. vyd.* Praha : C. H. Beck, 2008, ISBN 978-80-71-795-43-8, 233 s.
11. ONDREJOVÁ, D. *Právni prostriedky ochrany proti nekalé súťaži.* Praha : Wolters Kluwer, 2010, ISBN 978-80-7400-522-0, 315 s.
12. OVEČKOVÁ, O. a kol. *Obchodný zákonník 1 a 2 – Komentár.* Bratislava : Wolters Kluwer, 2012, ISBN 978-80-8078-434-8, 1186 s. a 1002 s.
13. PATAKYOVÁ, M. a kol. *Obchodný zákonník. Komentár. 4. vyd.* Bratislava : C. H. Beck, 2013, ISBN 978-80-89603-12-1, 1712 s.
14. ŠKREKO, A. Význam „generálnej klauzuly“ v práve proti nekalej súťaži. In *Justičná revue*, ISSN 1335-6461, roč. 58, č. 6-7 (2006), s. 963-974.
15. ŠKRINÁR, A., NEVOLNÁ, Z. a kol. *Obchodné právo. 2. rozšírené vydanie.* Plzeň : Aleš Čeněk, 2012, ISBN 978-80-738-036-50, 376 s.
16. VEČERKOVÁ, E. *Nekalá súťaž a reklama (vybrané kapitoly).* Brno : Masarykova univerzita, 2005, ISBN 80-210-3607-9, 330 s.
17. VETERNÍKOVÁ, M. a kol. *Základy obchodného práva pre ekonómov. 2. vydanie.* Bratislava : Wolters Kluwer, 2023, ISBN 978-80-571-0613-5, 256 s.
18. VOZÁR, J. Generálna klauzula nekalej súťaže. In *Právny obzor.* 1999, č. 3, ISSN 0032-6984, s. 213-225.
19. VOZÁR, J. *Míľniky súťažného práva.* Bratislava : Veda, 2014.

20. VOZÁR, J. Porovnávacía reklama. In *Právny obzor*. 2000, č. 2, ISSN 0032-6984, s. 119-128.
21. VOZÁR, J. Právo proti nekalej súťaži. Bratislava : Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 2013, ISBN 978-80-224-1272-8, 320 s.
22. VOZÁR, J. Predaj výrobkov pod cenu a nekalá súťaž. In *Právni rozhledy*. 1999, č. 10. roč. 8, s. 530-532, ISSN 1210-6410.
23. VOZÁR, J., ZLOCHA, L. *Judikatúra vo veciach nekalej súťaže*. Bratislava : Iura Edition, 2013, ISBN 978-80-807-856-42, 225 s.
24. VOZÁR, J., ZLOCHA L. Niekoľko úvah k vymedzeniu pojmu „konanie v hospodárskej súťaži“. In *Duševné vlastníctvo*. 2014, č. 4, s. 24-28, ISSN 1339-5564.
25. ZLOCHA, L. K spôsobilosti nekalosúťažného konania privodiť ujmu iným súťažiteľom alebo spotrebiteľom. In *Právny obzor*. 2018, č. 6, ISSN 0032-6984, s. 583-596.
26. ZLOCHA, L. Pojem dobré mravy v kontexte generálnej klauzuly nekalej súťaže. In *Právny obzor*. 2015, č. 4, ISSN 0032-6984, s. 354-364.
27. ŽITŇANSKÁ, L., OVEČKOVÁ, O. a kol. *Základy obchodného práva*. Bratislava : Iura Edition, 2009, ISBN 978-80-8078-276-4, 682 s.
28. Právne predpisy podľa textu
29. Rozhodnutia Protimonopolného úradu SR podľa textu.

7. PRÁVNÁ REGULÁCIA ELEKTRONICKÉHO OBCHODU A ELEKTRONICKÝCH KOMUNIKÁCIÍ

7.1. PRÁVNÁ REGULÁCIA ELEKTRONICKÉHO OBCHODU

7.1.1. Pojem a pramene právnej úpravy elektronického obchodu (*e-commerce*)

Pod pojmom **elektronický obchod** (*e-commerce*) možno rozumieť **predaj tovaru alebo služieb s využitím informačných a komunikačných technológií a webových aplikácií v prostredí internetu**. Súčasťou *e-commerce* sú marketingové činnosti, komunikácia so zákazníkmi, servis výrobkov alebo správa a vhodný výber distribučných ciest. Ďalšími aspektmi *e-commerce* sú SEO (*Search Engine Optimization*) a reklamné systémy ako PPC (*Pay Per Click*) alebo PPA (*Pay Per Action*) a ďalšie. Do *e-commerce* sa zaraďujú aj témy a nástroje online marketingu ako sú pravidelný informačný e-mail (*newsletter*), PR článok alebo virálny marketing a pod.

Najdominantnejšie sú predovšetkým štyri modely elektronického obchodovania:

- B2B (*Business to Business*) – od podnikateľov k podnikateľom,
- B2C (*Business to Customer*) – od podnikateľov k spotrebiteľom,
- C2B (*Customer to Business*) – od spotrebiteľov k podnikateľom,
- C2C (*Customer to Customer*) – od spotrebiteľov k spotrebiteľom (napr. aukcie, bazáre).

Najčastejšie je oblasť *e-commerce* reprezentovaná internetovými obchodmi, e-shopmi, webshopmi alebo e-obchodmi. V tejto oblasti sa stretávame predovšetkým s B2B a B2C obchodom.

Právna regulácia nie je kodifikovaná a komplexne upravená v jednom právnom predpise a je rozptýlená vo viacerých právnych predpisoch. Bez ohľadu na model elektronického obchodovania súčasná právna regulácia elektronického obchodu je upravená v týchto zákonoch:

- Občiansky zákonník (ďalej len „OZ“),
- Obchodný zákonník (ďalej len „ObZ“).
- zákon č. 22/2004 Z. z. o elektronickom obchode a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení zákona č. 284/2002 Z. z. v znení neskorších predpisov (ďalej len „ZOE“).

Okrem týchto zákonov sa na niektoré aspekty elektronického obchodu vzťahujú aj ďalšie zákony, ktoré však prekračujú rozsah tematického zamerania tejto publikácie. Medzi tieto zákony patria najmä:

- zákon č. 272/2016 Z. z. o dôveryhodných službách pre elektronické transakcie na vnútornom trhu a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o dôveryhodných službách) v znení neskorších predpisov,
- zákon č. 69/2018 Z. z. o kybernetickej bezpečnosti a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

7.1.2. Všeobecný právny rámec regulácie elektronického obchodu

Základnou právnou reguláciou elektronického obchodovania pre všetky modely elektronického obchodu sú OZ, ObZ a ZOE.

OZ predovšetkým obsahuje všeobecnú úpravu procesu uzatvárania zmlúv (pozri ďalej podkapitolu 7.1.3.), ktorá sa vzťahuje s určitými špecifikami podľa nižšie uvedených osobitných zákonov aj na elektronický obchod. Okrem toho OZ, ale aj ObZ výslovne upravujú jednak tzv. nominátne (pomenované) zmluvy a jednak možnosť uzatvorenia aj tzv. inominátnych (nepomenovaných) zmlúv (pozri časti 10. a 11. tejto učebnice), ktoré okrem niektorých výnimiek môžu byť tiež predmetom elektronického obchodu.

Základnú a všeobecnú právnú úpravu elektronického obchodu však predstavuje ZOE. ZOE upravuje vzťahy medzi poskytovateľom služieb informačnej spoločnosti a ich príjemcom, ktoré vznikajú pri ich komunikácii na diaľku, počas spojenia elektronických zariadení elektronickou komunikačnou sieťou (t. j. on-line) a spočívajú na elektronickom spracovaní, prenose, uchovávaní, vyhľadávaní alebo zhromažďovaní dát vrátane textu, zvuku a obrazu.

Pojem „**služby informačnej spoločnosti**“ je širším pojmom, než je tradične chápaný pojem „elektronický obchod“, ktorý zahŕňa ponuku tovaru a poskytovania služieb, uzatváranie zmlúv, reklamu a ostatné formy komerčnej komunikácie. Zahŕňa aj iné služby poskytované na diaľku počas spojenia elektronických zariadení elektronickou komunikačnou sieťou (t. j. on-line) mimo oblasť podnikania. **Poskytovateľom služieb informačnej spoločnosti** môže byť každá fyzická alebo právnická osoba bez ohľadu na to, či je podnikateľom alebo či služby poskytuje inak ako v súvislosti s podnikaním. **Príjemcom služieb informačnej spoločnosti** je fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá využíva služby informačnej spoločnosti, najmä vyhľadáva alebo poskytuje informácie. ZOE garantuje slobodu poskytovania služieb informačnej spoločnosti. Na ich poskytovanie, či už na území Slovenskej republiky alebo

z iného členského štátu EÚ a EHP nie sú potrebné povolenie ani registrácia. Poskytovanie služieb informačnej spoločnosti však možno obmedziť, ak poskytovateľ služieb porušuje povinnosti uložené osobitným predpisom na ochranu:

- bezpečnosti štátu,
- verejného poriadku,
- verejného zdravia,
- životného prostredia a
- spotrebiteľa.

Cieľom a predmetom ZOE sú:

- odstrániť anonymitu **poskytovateľov služieb informačnej spoločnosti**, preto im určuje **povinnosť jednoznačne sa identifikovať** vo vzťahu k príjemcom týchto služieb,
- vytvoriť pre príjemcu služby také technické podmienky, aby mohol úkony smerujúce k vzniku záväzkových vzťahov prostredníctvom elektronických zariadení urobiť slobodne, vážne a zrozumiteľne, aby svoje prípadné chybné úkony mohol opraviť, preto **poskytovateľovi služieb ukladá aj informačné povinnosti**,
- **zabezpečiť dôkaz o uzatvorení zmluvného vzťahu**, preto poskytovateľovi služby ukladá povinnosť vytvoriť také technické podmienky, aby bol elektronický dokument uchovaný,
- **zabezpečiť účinný dohľad štátu nad elektronickým obchodom**.

ZOE ukladá každému poskytovateľovi služieb informačné povinnosti vo vzťahu k príjemcom. **Poskytovateľ služieb informačnej spoločnosti je povinný príjemcovi služby na elektronickom zariadení poskytnúť najmä tieto informácie:**

- a) základné identifikačné údaje o sebe ako názov, obchodné meno a sídlo poskytovateľa služieb, ak ide o právnickú osobu, alebo meno, priezvisko, miesto podnikania a adresu bydliska poskytovateľa služieb, ak ide o fyzickú osobu,
- b) daňové identifikačné číslo,
- c) adresu elektronickej pošty a telefónne číslo,
- d) označenie registra, ktorý ho zapísal, a číslo zápisu,
- e) názov a adresu orgánu dozoru alebo dohľadu, ktorému činnosť poskytovateľa služieb podlieha.

ZOE ukladá **poskytovateľom služieb ďalšie povinnosti pri komerčnej komunikácii**. Komerčná komunikácia je širší pojem ako reklama. Zahŕňa informácie o tovare, službe, podnikateľovi alebo o osobe, ktorá vykonáva povolanie alebo regulované povolanie, vrátane reklamy, ponuky a predaja tovaru okrem:

- informácií umožňujúcich priamy styk s poskytovateľom služieb prostredníctvom elektronického zariadenia, najmä o názve domény alebo o adrese elektronickej pošty a
- okrem informácií o tovare, službe, podnikateľovi alebo osobe, ktorá vykonáva povolanie alebo regulované povolanie, zostavených na iný účel ako na ich reklamu a poskytovaných bezodplatne (napr. zoznam advokátov na stránke Slovenskej advokátskej komory, zoznam tovarov uvedených v colnom sadzobníku a pod.).

Osobitné podmienky platia pre komerčnú komunikáciu poskytovateľov služieb informačnej spoločnosti vykonávajúcich regulované povolanie, ktorí sú členmi samosprávnych stavovských organizácií zriadených zákonom – profesijných komôr (napr. advokáti, architekti, geodeti). Tieto osoby môžu realizovať komerčnú komunikáciu, ktorej predmetom je výkon regulovaného povolania iba spôsobmi, ktoré sú v súlade s pravidlami vydanými príslušnou samosprávnou stavovskou organizáciou (napr. Slovenskou advokátskou komorou, Slovenskou komorou architektov, Komorou geodetov a kartografov). ZOE tiež ustanovuje obsahové náležitosti takejto komerčnej komunikácie. Okrem všeobecných informačných požiadaviek špecifikovaných v písm. a) až e) vyššie musí ich komerčná komunikácia obsahovať aj:

- f) názov a sídlo príslušnej samosprávnej stavovskej organizácie (profesijnej komory), v ktorej je poskytovateľ služby vykonávajúci regulované povolanie zapísaný,
- g) akademický titul poskytovateľa služby a členský štát nadobudnutia akademického titulu,
- h) odkaz na príslušné pravidlá výkonu povolania a poskytovania služieb ustanovené samosprávnou stavovskou organizáciou (profesijnou komorou) a
- i) spôsob trvalého prístupu k informáciám o príslušnej samosprávnej stavovskej organizácii (o profesijnej komore).

Pri komerčnej komunikácii, ktorej informácie sa týkajú cien, sa tieto informácie musia poskytovať podľa osobitných predpisov vzťahujúcich sa na ceny, napríklad podľa zákona č. 18/1996 Z. z. o cenách. Ak so základnou ponukou tovaru a služieb súvisí **osobitná ponuka**, napr. zľava, odmena, darček, rôzne propagačné, spotrebiteľské súťaže a hry, tak **musí byť od základnej ponuky pre príjemcu služieb rozlíšiteľná**, a **podmienky**, ktoré musia byť splnené na jej získanie alebo na účasť v nej, **musia byť ľahko prístupné, zrozumiteľné a jednoznačné**. V súvislosti so zasielaním komerčných informácií platí zákaz, podľa ktorého žiadne komerčné informácie nesmú byť príjemcom služby zasielané do ich elektronickej poštovej schránky, ak si ich príjemca služby vopred od poskytovateľa služieb nevyžiadal (tzv. **zákaz spamu**).

Keďže elektronické uzatvorenie zmluvy má od klasického písomného uzatvárania zmlúv svoje osobitosti, ZOE ukladá poskytovateľom služieb osobitné **povinnosti pri**

elektronikom uzatváraní zmlúv. Poskytovateľ služieb je povinný príjemcovi služby vytvoriť také technické podmienky, ktoré

- a) umožnia zistiť a opraviť chyby jeho úkonov na elektronickom zariadení pred odoslaním objednávky,
- b) príjemcu služieb pred odoslaním objednávky jednoznačne a zrozumiteľne informujú o:
 - úkonoch potrebných na uzatvorenie zmluvy,
 - technických prostriedkoch na zistenie a opravu chýb,
 - tom, či zmluva bude uložená u poskytovateľa služieb a či je príjemcovi služieb dostupná,
 - jazyku ponúkanom na uzatvorenie zmluvy.

Poskytovateľ služieb je ďalej povinný elektronicky potvrdiť objednávku bezodkladne po jej doručení.

Ako už bolo uvedené, tak aj na vznik, zmenu a zánik záväzkových vzťahov na základe zmlúv uzatvorených elektronicky sa vzťahujú ustanovenia o záväzkových vzťahoch vznikajúcich na základe zmlúv, ktoré sú upravené v OZ a ObZ. OZ a ObZ upravujú aj náležitosti niektorých pomenovaných zmlúv, ktoré sú predmetom elektronického obchodu (napr. kúpna zmluva) (bližšie pozri 11. a 12. časť tejto učebnice).

Niektoré druhy zmlúv vzhľadom na závažnosť obsahu záväzkov alebo na náležitosti, ktoré musia obsahovať, alebo z dôvodu, že vyžadujú účasť štátnych orgánov v súvislosti s ich uzatvorením, nie je možné uzatvárať elektronicky.

ZOE zakazuje elektronicky uzatvárať zmluvy:

- a) **na ktoré je potrebné** podľa osobitného zákona **rozhodnutie súdu, orgánu verejnej správy alebo notára** (napríklad zmluva o prevode nehnuteľností, na povolenie vkladu do katastra nehnuteľností ktorej sa vyžaduje rozhodnutie katastrálneho odboru príslušného okresného úradu),
- b) **o zabezpečení záväzkov** (napríklad ručenie, dohoda o zrážkach zo mzdy a iných príjmov, záložné právo, zabezpečovací prevod práva, zábezpeka, uznanie dlhu); to však neplatí v prípadoch, ak:
 - aspoň jednou zmluvnou stranou sú banka alebo pobočka zahraničnej banky, poštový podnik alebo podnik poskytujúci elektronické komunikačné siete alebo elektronické komunikačné služby alebo
 - ide o zmluvu o zabezpečení záväzku medzi poskytovateľom leasingu a podnikateľom alebo poskytovateľom úveru a podnikateľom.

Dohľad nad dodržiavaním ZOE vykonáva **Slovenská obchodná inšpekcia** (SOI), ktorá poskytovateľov služieb informačnej spoločnosti sankcionuje podľa zákona č. 128/2002 Z.z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Ak predmetom služby informačnej spoločnosti sú finančné produkty, tak dohľad nad dodržiavaním zákona vykonáva **Národná banka Slovenska**, ktorá sankcionuje poskytovateľov služieb informačnej spoločnosti podľa zákona č. 747/2004 Z. z. o dohľade nad finančným trhom a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

7.1.3. Uzatváranie zmlúv na diaľku elektronickými prostriedkami

Zmluvy o obchodnom styku (B2B), zmluvy medzi podnikateľmi a spotrebiteľmi (B2C), ako aj spotrebiteľmi navzájom (C2C) je možné uzatvárať:

- **medzi prítomnými**, či už v písomnej forme (zmluvné strany súčasne podpíšu zmluvu, napr. o kúpe nehnuteľnosti), ústnej forme (zmluvné strany sa pri osobnom rokovaní alebo stretnutí dohodnú na obsahu zmluvy, napr. zmluvy o diele, ktorej predmetom je oprava topánok alebo vyčistenie komína) alebo konkludentne (napr. spotrebiteľ nakupuje potraviny v samoobslužnej predajni), alebo
- medzi neprítomnými, t. j. **na diaľku**, či už písomne (napr. pri objednávaní tovaru z e-shopu alebo písomnou objednávkou podľa katalógu) alebo ústne (napr. prostredníctvom telefonátu z call centra).

Uzatváranie zmlúv na diaľku je typické práve pre elektronické obchodovanie. Jeho reguláciu upravuje vo všeobecnosti Občiansky zákonník (OZ) v § 43a a nasl.

Návrh na uzavretie zmluvy (oferta) musí byť určený jednej alebo niekoľkým určitým osobám, musí byť dostatočne určitý a musí prejavovať vôľu navrhovateľa, aby bol zaviazaný v prípade jeho prijatia. Navrhovateľa nazývame aj oferent a osobu, ktorej je návrh na uzavretie zmluvy určený, akceptant. Pokiaľ ide o návrh na uzatvorenie pomenovanej zmluvy, jeho určitosť sa posudzuje podľa ustanovení zákona o podstatných náležitostiach tejto zmluvy. Môže však byť podaný návrh aj na uzatvorenie nepomenovanej zmluvy. Aj vtedy musí byť dostatočne určitý. Musí byť z neho zrejmý zámer navrhovateľa (oferenta), aký obsah zmluvy chce docieľiť. V praxi e-shopov sa ako súčasť návrhu na uzavretie zmluvy vyžaduje aj prejavenie súhlasu so všeobecnými obchodnými podmienkami, resp. inými štandardizovanými dokumentmi predávajúceho, bez odsúhlasenia ktorých (napr. zakliknutím príslušného políčka na webe) návrh nie je možné odoslať, resp. sa nepovažuje za určitý. Návrh, ktorý nie je určený jednej alebo niekoľkým určitým osobám, sa pokladá iba za výzvu na podávanie ponúk (návrhov

na uzavretie zmluvy), ibaže navrhovateľ v ňom jasne uvedie opak (napr. ak v návrhu bude uvedené, že navrhovateľ ako kupujúci kúpi tovar od prvých piatich predávajúcich, ktorí mu doručia prijatie návrhu). Za návrh na uzavretie zmluvy neurčitým osobám sa považuje napr. aj vystavenie tovaru v automate, ktorý je prijatý vložení mince do automatu. Najčastejšie však návrh na uzavretie zmluvy býva adresovaný určitým osobám ako napr. objednávka (napr. zadaná prostredníctvom webovej stránky e-shopu) alebo adresná ponuka (napr. o predschválenej pôžičke alebo zvýšení povoleného debetu zaslaná bankou jej klientovi). Za návrh na uzavretie zmluvy sa však nepovažujú inzeráty, reklamné letáky či katalógy tovarov a služieb. Tieto dokumenty považujeme len za tzv. **pozvanie k návrhu** (výzvu na podanie návrhu).

Návrh na uzavretie zmluvy môže byť odvolateľný alebo neodvolateľný. Vždy to vyplýva z jeho obsahu (napr. môže obsahovať slová: „navrhovateľ si vyhradzuje právo tento návrh kedykoľvek odvolať“ alebo „tento návrh je až do 31. 12. 2023 neodvolateľný“). Od odvolania návrhu je potrebné odlišovať jeho zrušenie a zánik. **Návrh možno zrušiť** len do okamihu, kým dôjde akceptantovi. Po tomto okamihu možno návrh už len **odvolať**, pokiaľ nie je neodvolateľný. Návrh možno odvolať, ak odvolanie dôjde akceptantovi skôr, než stihol odoslať prijatie návrhu. Návrh však nemožno odvolať počas lehoty, ktorá je v ňom určená na prijatie, ibaže z jeho obsahu vyplýva právo ho odvolať aj pred uplynutím tejto lehoty. **Návrh na uzavretie zmluvy zaniká:**

- a) uplynutím lehoty, ktorá v ňom bola určená na prijatie (tzv. akceptačnej lehoty),
- b) ak akceptačná lehota nebola v návrhu stanovená, uplynutím primeranej doby s prihliadnutím na povahu navrhovanej zmluvy a na rýchlosť prostriedkov, ktoré navrhovateľ použil pre zaslanie návrhu,
- c) dôjdením prejavu o odmietnutí návrhu navrhovateľovi;
- d) ústny návrh zaniká, ak sa neprijal ihneď, ibaže z jeho obsahu vyplýva niečo iné (napr. navrhovateľ dal akceptantovi lehotu na rozmyslenie).

Návrh na uzavretie zmluvy pôsobí voči akceptantovi odkedy mu dôjde (napr. do e-mailovej schránky). Včasné vyhlásenie akceptanta alebo jeho iné konanie naznačujúce súhlas s návrhom, je **prijatím návrhu (akceptáciou)**. Mlčanie alebo nečinnosť samy osebe nie sú prijatím. Včasné prijatie návrhu akceptantom nadobúda účinnosť v okamihu, keď dôjde navrhovateľovi. Aj neskoré prijatie však má účinky včasného prijatia, ak navrhovateľ o tom bez odkladu upovedomí akceptanta (či už ústne alebo odoslaním správy). Aj akceptáciu je možné **odvolať**, ale na rozdiel od návrhu len ak toto odvolanie dôjde navrhovateľovi najneskôr súčasne s akceptáciou.

Odpoveď na návrh na uzatvorenie zmluvy, ktorá sa zdá byť jeho prijatím, ale obsahuje dodatky, obmedzenia alebo iné zmeny, je **odmietnutím návrhu** a je **protinávrhom** – novým návrhom na uzavretie zmluvy (napr. akceptant nevie zabezpečiť požadovanú lehotu dodania, žiada zľavu z kúpnej ceny, predĺženie záručnej doby a pod.).

Zmluva je uzavretá okamihom, keď prijatie návrhu na uzavretie zmluvy nadobúda účinnosť, t. j., keď akceptácia došla navrhovateľovi (pokiaľ nedošlo súčasne k jej odvolaniu). Od tohto okamihu nadobúda zmluva platnosť a účinnosť (pokiaľ nie je jej účinnosť odložená na neskorší okamih alebo nezávisí od splnenia odkladacej podmienky. Okamih uzavretia zmluvy a zároveň aj nadobudnutie jej platnosti býva v prípade e-shopov najčastejšie upravený spôsobom, že navrhovateľ bezprostredne po odoslaní objednávky dostane od prevádzkovateľa e-shopu (akceptanta) e-mail o jej prijatí. Doručením tohto e-mailu však ešte nedochádza k uzavretiu zmluvy, ale len k potvrdeniu prijatia objednávky (návrhu na uzavretie zmluvy). Až po overení dostupnosti tovaru (služby) zo strany prevádzkovateľa e-shopu (akceptanta) je zákazníkovi (navrhovateľovi) zaslaný potvrdzujúci e-mail, ktorý predstavuje záväznú akceptáciu objednávky. Účinnosť uzatvorenia zmluvy môže byť následne viazaná na zaplatenie za tovar alebo službu.

Na platné uzavretie zmluvy v rámci elektronického obchodovania nie je nevyhnutné, aby boli právne úkony účastníkov (návrh na uzavretie zmluvy, prijatie tohto návrhu) podpísané elektronickým podpisom. Stačí prejavíť vôľu vo forme e-mailových správ alebo odoslaním správy z konta vytvoreného na webovej stránke e-shopu a pod.

Na záver je potrebné dodať, že pri podpisovaní dokumentov, keď je – napr. aj v rámci elektronického obchodovania – potrebné zabezpečiť vyššiu právnu istotu, napr. ak ide o dôležité dokumenty, keď je potrebné identifikovať osobu podpisujúceho, je vhodné použiť **elektronický podpis**. Náš právny poriadok v nadväznosti na právo EÚ rozlišuje tri **druhy elektronického podpisu**:

1. (bežný) elektronický podpis,
2. kvalifikovaný elektronický podpis, ktorému je postavená na roveň kvalifikovaná elektronická pečať,
3. kvalifikovaný elektronický podpis (kvalifikovaná elektronická pečať) spolu s kvalifikovanou elektronickou časovou pečiatkou.

Ad 1.: Na podpisovanie bežných právnych úkonov (vrátane zmlúv, pre ktoré sa nevyžaduje obligatórna písomná forma), resp. bežných listín postačuje použitie **(bežného) elektronického podpisu**. Je definovaný ako údaje v elektronickej forme, ktoré sú pripojené alebo logicky pridružené k iným údajom v elektronickej forme a ktoré podpisovateľ používa na

podpisovanie (čl. 3 bod 10. Nariadenia o elektronickej identifikácii a dôveryhodných službách pre elektronické transakcie)⁹⁵.

Ad 2.: Vyššou formou zabezpečenia pri elektronickej podpise sa vyznačuje **kvalifikovaný elektronický podpis a kvalifikovaná elektronická pečať** (§ 40 ods. 4 OZ). Kvalifikovaný elektronický podpis je zdokonalený elektronický podpis vyhotovený s použitím zariadenia na vyhotovenie kvalifikovaného elektronického podpisu a založený na kvalifikovanom certifikáte pre elektronické podpisy (čl. 3 bod 12. cit. Nariadenia). Kvalifikovaná elektronická pečať je zdokonalená elektronická pečať (t. j. údaje v elektronickej forme, ktoré sú pripojené alebo logicky pridružené k iným údajom v elektronickej forme s cieľom zabezpečiť pôvod a integritu týchto pridružených údajov - čl. 3 bod 25. cit. Nariadenia) vyhotovená pomocou zariadenia na vyhotovenie kvalifikovanej elektronickej pečate a založená na kvalifikovanom certifikáte pre elektronickú pečať (čl. 3 bod 27. cit. Nariadenia).

Ad 3.: Napokon ak sa majú elektronickej podpisy právne úkony, ktoré vyžadujú úradné osvedčenie podpisu (napr. zmluva o predaji podniku, zmluva o prevode obchodného podielu a pod.), je potrebné okrem **kvalifikovaného elektronického podpisu** alebo **kvalifikovanej elektronickej pečate** použiť aj **kvalifikovanú elektronickú časovú pečiatku** (§ 40 ods. 5 OZ). Ide o najbezpečnejšiu formu elektronickej podpisy.

7.1.4. Právna regulácia elektronickej obchodu medzi podnikateľom a spotrebiteľom

Ak pri elektronickej obchode je jednou zmluvnou stranou podnikateľ, ktorý uzatvára zmluvu v rámci predmetu podnikateľskej činnosti a druhou zmluvnou stranou je spotrebiteľ (model B2C – *Business to Customer*), tak podnikateľ (ďalej aj „predávajúci“) musí dodržiavať nielen ZOE, ale aj celý rad zákonov na ochranu spotrebiteľa, na ochranu osobných údajov spotrebiteľov a na ochranu súkromia spotrebiteľov v oblasti elektronickej komunikácií.

Predávajúcim je osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy koná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti alebo povolania, alebo osoba konajúca v jej mene alebo na jej účet. **Spotrebiteľom** je fyzická osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti, zamestnania alebo povolania. Právny poriadok chráni spotrebiteľov a priznáva im osobitnú ochranu.

⁹⁵Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 910/2014 z 23. júla 2014 o elektronickej identifikácii a dôveryhodných službách pre elektronické transakcie na vnútornom trhu a o zrušení smernice 1999/93/ES (Ú. v. ES L 257 28. 8. 2014).

Osobitná ochrana spotrebiteľov vychádza z toho, že spotrebiteľ je slabšou stranou v zmluvnom vzťahu s predávajúcim.

Okrem OZ a ObZ **prameňmi práva na ochranu spotrebiteľa v oblasti elektronického obchodu** sú aj:

- zákon č. 102/2014 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej aj „ZOSD“),
- zákon č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej len „ZOS“),
- zákon č. 266/2005 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej aj „ZOSFD“).

Medzi **pramene práva na ochranu osobných údajov spotrebiteľa** patria Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb v súvislosti so spracovaním osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov a o zrušení smernice 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane osobných údajov)⁹⁶ a zákon č. 18/2018 Z.z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov (bližšie pozri 5. časť tejto učebnice).

Ochrana osobných údajov a súkromia spotrebiteľov pre oblasť elektronických komunikácií vrátane elektronického obchodu je právne regulovaná aj zákonom č. 452/2021 Z.z. o elektronických komunikáciách (pozri ďalej kapitolu 7.2.).

Základná právna úprava **ochrany spotrebiteľa v rámci elektronického obchodu** s výnimkou finančných služieb je obsiahnutá v ZOSD.

ZOSD používa pojem **zmluva uzavretá na diaľku**, za ktorú sa považuje zmluva medzi predávajúcim a spotrebiteľom dohodnutá a uzavretá výlučne prostredníctvom jedného alebo viacerých prostriedkov diaľkovej komunikácie bez súčasnej fyzickej prítomnosti predávajúceho a spotrebiteľa, z pohľadu elektronického obchodu použitím elektronických prostriedkov komunikácie, najmä využitím webového sídla, elektronickej pošty a pod.

Tento zákon upravuje:

1. poskytovanie predzmluvných informácií,

⁹⁶Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb v súvislosti so spracovaním osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov a o zrušení smernice 95/46/ES (Ú. v. EÚ L 119, 4. 5. 2016).

2. podmienky uzatvárania zmlúv,
3. odstúpenie od zmluvy spotrebiteľom,
4. povinnosti po odstúpení od zmluvy,
5. dohľad a sankcie

Spotrebiteľ musí mať už v čase rozhodovania sa o ponuke tovaru alebo služby čo najúplnejšie a neskreslené informácie a z tohto dôvodu zákon ukladá predávajúcemu povinnosť, aby jasne a zrozumiteľne oznámil spotrebiteľovi tzv. **predzmluvné informácie**, medzi ktoré patria:

1. **hlavné vlastnosti tovaru alebo charakter služby**,
2. **identifikačné a kontaktné údaje predávajúceho** – obchodné meno a sídlo alebo miesto podnikania predávajúceho alebo osoby, v mene ktorej predávajúci koná, telefónne číslo predávajúceho a ďalšie údaje, ktoré sú dôležité pre kontakt spotrebiteľa s predávajúcim, najmä adresu jeho elektronickej pošty,
3. **miesto, kde možno uplatniť reklamáciu** – adresu predávajúceho alebo osoby, v mene ktorej predávajúci koná, na ktorej môže spotrebiteľ uplatniť reklamáciu tovaru alebo služby, podať sťažnosť alebo iný podnet,
4. **celkovú cenu tovaru alebo služby vrátane dane z pridanej hodnoty a všetkých ostatných daní** alebo ak vzhľadom na povahu tovaru alebo služby nemožno cenu primerane určiť vopred, spôsob, akým sa vypočíta, ako aj náklady na dopravu, dodanie, poštovné a iné náklady a poplatky, alebo, ak tieto náklady a poplatky nemožno určiť vopred, skutočnosť, že do celkovej ceny môžu byť zarátané takéto náklady alebo poplatky; ak ide o zmluvu uzavretú na neurčitý čas alebo dohodu o predplatnom, predávajúci informuje spotrebiteľa o celkovej cene za zúčtovacie obdobie a o cene za jeden mesiac, ak je dĺžka zúčtovacieho obdobia odlišná, a ak túto cenu nemožno určiť vopred, o spôsobe, akým sa vypočíta; ak na účely uzavretia zmluvy možno použiť prostriedky diaľkovej komunikácie so službou so zvýšenou tarifikou, tak aj cenu tejto služby,
5. **všetky platobné podmienky** vrátane informácie o povinnosti spotrebiteľa zaplatiť preddavok alebo poskytnúť inú finančnú zábezpeku, ak ju predávajúci vyžaduje,
6. **dodacie podmienky** a lehotu, do ktorej sa predávajúci zaväzuje dodať tovar alebo poskytnúť službu,
7. **informáciu o postupoch uplatňovania a vybavovania reklamácií, sťažností a podnetov** spotrebiteľov,

8. **informáciu o práve spotrebiteľa odstúpiť od zmluvy**, o podmienkach, lehote a postupe pri uplatňovaní práva na odstúpenie od zmluvy a informácie o tom, že ak spotrebiteľ odstúpi od zmluvy, bude znášať náklady na vrátenie tovaru predávajúcemu,
9. **informáciu o tom, kedy spotrebiteľ nie je oprávnený odstúpiť od zmluvy**, prípadne informáciu o okolnostiach, za ktorých spotrebiteľ stráca právo na odstúpenie od zmluvy,
10. **poučenie o zodpovednosti predávajúceho za vady tovaru alebo služby** podľa § 622 až 623 OZ (odstrániteľné a neodstrániteľné vady),
11. **informáciu o existencii a podrobnostiach záruky poskytovanej výrobcom alebo predávajúcim podľa prísnejších zásad**, ako ustanovuje OZ, ak ju výrobca alebo predávajúci poskytujú, ako aj informáciu o existencii a podmienkach pomoci a službách poskytovaných spotrebiteľom po predaji tovaru alebo poskytnutí služby, ak sa taká pomoc poskytuje,
12. **informáciu o možnosti a podmienkach riešenia sporu prostredníctvom systému alternatívneho riešenia sporov**; predávajúci zároveň uvedie na svojom webovom sídle odkaz na platformu alternatívneho riešenia sporov, prostredníctvom ktorej môže spotrebiteľ podať návrh na začatie alternatívneho riešenia sporu, a ďalšie informácie.

Zákon ukladá predávajúcemu povinnosť, aby tieto informácie poskytol spotrebiteľovi spôsobom primeraným použitému prostriedku diaľkovej komunikácie. Dôkazné bremeno splnenia informačnej povinnosti vždy znáša predávajúci. Väčšina týchto zákonných predzmluvných informačných povinností je splnená napríklad vtedy, ak ich predajca uvedie vo svojich (všeobecných) obchodných podmienkach, ktoré budú spotrebiteľovi voľne prístupné na jeho webovom sídle. Zákonné predzmluvné informácie o hlavných vlastnostiach konkrétneho tovaru alebo charaktere služby, o celkovej cene konkrétneho tovaru alebo konkrétnej služby a o dlhšej záručnej dobe budú splnené, ak ich predajca voľne sprístupní na svojom webovom sídle, na ktorom voľne sprístupňuje svoje (všeobecné) obchodné podmienky.

Z hľadiska **podmienok elektronického uzatvárania zmlúv** so spotrebiteľmi zákon ukladá predávajúcemu viacero povinností. **Predávajúci je povinný:**

- a) na webovom sídle najneskôr v okamihu začatia postupu vytvárania objednávky **uviesť** jasné a čitateľné **informácie o prípadných obmedzeniach dodávky tovaru**, ako aj informácie **o spôsoboch platby**, ktoré je možné použiť na úhradu za tovar alebo službu,
- b) bezprostredne pred odoslaním objednávky spotrebiteľovi výslovne, jednoznačne a zrozumiteľne vždy **uviesť**:
 - ba) **hlavné vlastnosti tovaru alebo charakter služby**,

- bb) **celkovú cenu tovaru alebo služby** vrátane dane z pridanej hodnoty a všetkých ostatných daní alebo ak vzhľadom na povahu tovaru alebo služby nemožno cenu primerane určiť vopred, spôsob, akým sa vypočíta, ako aj náklady na dopravu, dodanie, poštovné a iné náklady a poplatky, alebo, ak tieto náklady a poplatky nemožno určiť vopred, skutočnosť, že do celkovej ceny môžu byť zarátané takéto náklady alebo poplatky,
- bc) informáciu o **dĺžke trvania zmluvy, podmienkach** jej prípadného **vypovedania** a prípadnej minimálnej dĺžke trvania záväzkov spotrebiteľa (**viazanosti**);
- c) **zabezpečiť, aby spotrebiteľ výslovne potvrdil**, že bol oboznámený s tým, že súčasťou objednávky je povinnosť zaplatiť cenu. Ak sú pre odoslanie objednávky potrebné stlačenie virtuálneho tlačidla alebo aktivovanie podobnej funkcie na webovom sídle predávajúceho, toto tlačidlo alebo funkcia musia byť označené ľahko čitateľným spôsobom slovným spojením „objednávka s povinnosťou platby“ alebo zodpovedajúcou jednoznačnou formuláciou vyjadrujúcou skutočnosť, že podanie objednávky zahŕňa povinnosť zaplatiť cenu,
- d) po uzavretí zmluvy (prijatí objednávky) je predávajúci povinný **bezodkladne poskytnúť spotrebiteľovi potvrdenie o uzavretí zmluvy**, a to na trvanlivom nosiči (napr. e-mailom)⁹⁷.

Zákon garantuje **spotrebiteľovi právo odstúpiť od zmluvy** aj bez uvedenia dôvodu, pretože v prípade elektronického obchodu spotrebiteľ nemôže tovar pred uzatvorením zmluvy vidieť, a preto sa mu musí dať možnosť otestovať a skontrolovať tovar, ktorý si takýmto elektronickým spôsobom na diaľku kúpil v rozsahu potrebnom na zistenie jeho povahy, vlastností a fungovania. Priznaním tohto práva sa mu teda dáva táto možnosť, ktorú môže bežne využívať pri kúpe tovaru klasickým spôsobom, teda v „kamennej“ predajni.

Ak si predávajúci voči spotrebiteľovi riadne a včas splnil informačnú povinnosť o práve spotrebiteľa odstúpiť od zmluvy, tak **spotrebiteľ je oprávnený** aj bez uvedenia dôvodu **odstúpiť od zmluvy do 14 dní odo dňa**:

- a) **prevzatia tovaru** v prípade zmlúv, ktorých predmetom je predaj tovaru,
- b) **uzavretia zmluvy o poskytnutí služby** alebo

⁹⁷Trvanlivým nosičom sa podľa zákona rozumie prostriedok, ktorý umožňuje spotrebiteľovi alebo predávajúcemu uchovať jemu adresované informácie spôsobom umožňujúcim ich použitie v budúcnosti na časové obdobie zodpovedajúce účelu týchto informácií a ktorý umožňuje nezmenené reprodukovanie uložených informácií, najmä papier, e-mail, USB kľúč, CD, DVD, pamäťová karta, pevný disk počítača.

c) **uzavretia zmluvy o poskytovaní elektronického obsahu nedodávaného na hmotnom nosiči.**

Ak si predávajúci voči spotrebiteľovi splnil informačnú povinnosť o práve spotrebiteľa odstúpiť od zmluvy dodatočne, najneskôr však do 12 mesiacov od začatia plynutia lehoty na odstúpenie od zmluvy, tak lehota na odstúpenie od zmluvy uplynie po 14 dňoch odo dňa, keď si predávajúci dodatočne splnil informačnú povinnosť. Ak si predávajúci voči spotrebiteľovi nespĺnil informačnú povinnosť o práve spotrebiteľa odstúpiť od zmluvy v tejto dodatočnej lehote, tak lehota na odstúpenie od zmluvy uplynie po 12 mesiacoch a 14 dňoch odo dňa začatia plynutia lehoty na odstúpenie od zmluvy. Spotrebiteľ môže odstúpiť od zmluvy, ktorej predmetom je dodanie tovaru, aj pred začatím plynutia lehoty na odstúpenie od zmluvy.

Spotrebiteľ môže uplatniť právo na odstúpenie od zmluvy v listinnej podobe alebo na inom trvanlivom nosiči. Dôkazné bremeno o uplatnení práva na odstúpenie od zmluvy znáša spotrebiteľ. Zákon uľahčuje spotrebiteľovi odstúpenie od zmluvy tým, že má možnosť použiť na to formulár, ktorý obsahuje všetky podstatné náležitosti tohto právneho úkonu. Formulár tvorí prílohu č. 3 ZOSD a predávajúci je ho povinný poskytnúť spotrebiteľovi pred uzavretím zmluvy. Tiež je povinný tento formulár predávajúci predvyplniť svojimi identifikačnými údajmi. Formulár môže spotrebiteľ osobne doručiť predávajúcemu do jeho sídla alebo na inú adresu, ktorú na tento účel oznámil spotrebiteľovi, alebo odoslať poštou alebo aj elektronickým spôsobom na webovom sídle predávajúceho, ktorý na tento účel predávajúci vytvoril. Ak bol formulár odoslaný poštou, lehota na odstúpenie od zmluvy sa považuje za zachovanú, ak oznámenie o odstúpení od zmluvy bolo odoslané predávajúcemu najneskôr v posledný deň 14-dňovej lehoty. Ak predávajúci na svojom webovom sídle umožňuje, aby spotrebiteľ odstúpil od zmluvy použitím na to určenej osobitnej funkcie alebo formulára na odstúpenie od zmluvy, predávajúci je povinný ihneď po prijatí odstúpenia od zmluvy poskytnúť o tom spotrebiteľovi potvrdenie na trvanlivom nosiči (napr. e-mailom).

Ak spotrebiteľ odstúpil od zmluvy, zrušuje sa od začiatku aj každá doplnková zmluva súvisiaca so zmluvou, od ktorej spotrebiteľ odstúpil.

ZOSD však v § 7 ods. 6 taxatívne vymedzuje, od ktorých zmlúv spotrebiteľ takto nemôže odstúpiť. **Spotrebiteľ nemôže odstúpiť od zmluvy, predmetom ktorej je:**

- a) predaj tovaru, ktorý podlieha rýchlemu zníženiu akosti alebo skaze,
- b) poskytnutie služby, ak sa jej poskytovanie začalo s výslovným súhlasom spotrebiteľa a spotrebiteľ vyhlásil, že bol riadne poučený o tom, že vyjadrením tohto súhlasu stráca právo na odstúpenie od zmluvy po úplnom poskytnutí služby, a ak došlo k úplnému poskytnutiu služby,

- c) predaj tovaru alebo poskytnutie služby, ktorých cena závisí od pohybu cien na finančnom trhu, ktorý predávajúci nemôže ovplyvniť a ku ktorému môže dôjsť počas plynutia lehoty na odstúpenie od zmluvy,
- d) predaj tovaru zhotoveného podľa osobitných požiadaviek spotrebiteľa, tovaru vyrobeného na mieru alebo tovaru určeného osobitne pre jedného spotrebiteľa,
- e) predaj tovaru uzavretého v ochrannom obale, ktorý nie je vhodné vrátiť z dôvodu ochrany zdravia alebo z hygienických dôvodov a ktorého ochranný obal bol po dodaní porušený,
- f) predaj tovaru, ktorý môže byť vzhľadom na svoju povahu po dodaní neoddeliteľne zmiešaný s iným tovarom,
- g) predaj alkoholických nápojov, ktorých cena bola dohodnutá v čase uzavretia zmluvy, pričom ich dodanie je možné uskutočniť najskôr po 30 dňoch a ich cena závisí od pohybu cien na trhu, ktoré predávajúci nemôže ovplyvniť,
- h) vykonanie naliehavých opráv alebo údržby, o ktoré spotrebiteľ výslovne požiadal predávajúceho; to neplatí pre zmluvy o službách a zmluvy, ktorých predmetom je predaj iného tovaru ako náhradných dielov potrebných na vykonanie opravy alebo údržby, ak boli uzavreté počas návštevy predávajúceho u spotrebiteľa a spotrebiteľ si tieto služby alebo tovary vopred neobjednal,
- i) predaj zvukových záznamov, obrazových záznamov, zvukovoobrazových záznamov alebo počítačového softvéru predávaných v ochrannom obale, ak spotrebiteľ tento obal rozbalil,
- j) predaj periodickej tlače s výnimkou predaja na základe dohody o predplatnom a predaj kníh nedodávaných v ochrannom obale,
- k) poskytnutie ubytovacích služieb na iný účel ako na účel bývania, preprava tovaru, nájom automobilov, poskytnutie stravovacích služieb alebo poskytnutie služieb súvisiacich s činnosťami v rámci voľného času, pričom podľa zmluvy sa predávajúci zaväzuje poskytnúť tieto služby v dohodnutom čase alebo v dohodnutej dobe,
- l) poskytovanie elektronického obsahu inak ako na hmotnom nosiči, ak sa jeho poskytovanie začalo s výslovným súhlasom spotrebiteľa a spotrebiteľ vyhlásil, že bol riadne poučený o tom, že vyjadrením tohto súhlasu stráca právo na odstúpenie od zmluvy.

Predávajúci je povinný bez zbytočného odkladu, najneskôr do 14 dní odo dňa doručenia oznámenia o odstúpení od zmluvy **vrátiť spotrebiteľovi všetky platby, ktoré od neho prijal** na základe zmluvy alebo v súvislosti s ňou, vrátane nákladov na dopravu, dodanie a poštovné a iných nákladov a poplatkov. Predávajúci je povinný vrátiť spotrebiteľovi platby rovnakým spôsobom, aký použil spotrebiteľ pri svojej platbe. Avšak spotrebiteľ má právo dohodnúť sa s predávajúcim na inom spôsobe platby, ak v súvislosti s tým spotrebiteľovi

nebudú účtované žiadne ďalšie poplatky. **Predávajúci nie je povinný uhradiť spotrebiteľovi dodatočné náklady**, ak si spotrebiteľ výslovne zvolil iný spôsob doručenia, ako je najlacnejší bežný spôsob doručenia ponúkaný predávajúcim (to znamená, že ak si spotrebiteľ výslovne zvolil napríklad expresné doručenie do 24 hodín napriek tomu, že predávajúci mu ponúkol bežný a všeobecne prijateľný spôsob doručenia, s ktorým by boli spojené nižšie náklady na doručenie, tak tento rozdiel v nákladoch medzi týmito dvoma spôsobmi doručenia znáša spotrebiteľ).

Pri odstúpení od zmluvy, ktorej predmetom je predaj tovaru, predávajúci nie je povinný vrátiť spotrebiteľovi platby pred tým, ako mu je tovar doručený alebo kým spotrebiteľ nepreukáže zaslanie tovaru späť predávajúcemu (napríklad predložením podacieho lístka dokladujúceho odoslanie zásielky na pošte), ibaže predávajúci navrhne, že si tovar vyzdvihne osobne alebo prostredníctvom ním poverenej osoby. Ide o ochranu predávajúceho pred špekulatívnym konaním spotrebiteľa, keď spotrebiteľ síce odstúpi od zmluvy, avšak následne nesplní svoju povinnosť vrátiť tovar.

Spotrebiteľ je povinný najneskôr do 14 dní odo dňa odstúpenia od zmluvy **zaslať tovar späť** alebo **ho odovzdať** predávajúcemu alebo osobe poverenej predávajúcim na prevzatie tovaru. To neplatí, ak predávajúci navrhne, že si tovar vyzdvihne osobne alebo prostredníctvom ním poverenej osoby. Lehota 14 dní sa považuje za zachovanú, ak spotrebiteľ tovar odovzdal na prepravu najneskôr v posledný deň lehoty.

Spotrebiteľ pri odstúpení od zmluvy **je povinný znášať náklady na vrátenie tovaru** predávajúcemu alebo osobe poverenej predávajúcim na prevzatie tovaru. To neplatí, ak predávajúci súhlasil, že ich bude znášať sám, alebo ak si predávajúci nesplnil zákonnú informačnú povinnosť voči spotrebiteľovi o tom, že bude znášať náklady na vrátenie tovaru po odstúpení od zmluvy.

Spotrebiteľ je povinný nahradiť predávajúcemu škodu, ak po odstúpení od zmluvy predávajúcemu vrátil tovar, ktorého hodnota sa znížila v dôsledku takého zaobchádzania s tovarom zo strany spotrebiteľa, ktoré je nad rámec zaobchádzania potrebného na zistenie vlastností a funkčnosti tovaru.

Štátny dohľad nad dodržiavaním ZOSD a **sankcionovanie** za spáchané správne delikty predajcami **vykonávajú**:

- a) **Štátna veterinárna a potravinová správa SR** nad ponukou a predajom potravín,
- b) **Úrad verejného zdravotníctva SR a regionálne úrady verejného zdravotníctva** nad ponukou a predajom kozmetických výrobkov,

c) **Slovenská obchodná inšpekcia** (SOI) nad ponukou a predajom ostatných výrobkov a poskytovaním služieb.

Orgány štátneho dohľadu za porušenie tohto zákona (za spáchanie správneho deliktu predávajúcim) môžu rozhodnutím **nariadiť predávajúcemu, aby sa zdržal protiprávneho konania, a uložiť mu pokutu**. Pokuty sú odstupňované podľa závažnosti porušenej povinnosti od 100 eur do 33.000 eur. Ak predávajúci opakovane poruší tú istú povinnosť, za porušenie ktorej mu už bola uložená pokuta orgánom štátneho dohľadu počas 12 mesiacov odo dňa právoplatnosti predchádzajúceho rozhodnutia o uložení pokuty, horná hranica sadzieb pokút sa zvyšuje na dvojnásobok.

Na oblasť **poskytovania finančných služieb spotrebiteľom** v rámci elektronického obchodu sa vzťahuje ZOSFD. ZOSFD upravuje ochranu spotrebiteľa pri finančných službách poskytovaných poskytovateľmi finančných služieb prostredníctvom prostriedkov diaľkovej komunikácie na základe zmluvy na diaľku a uzavieranie zmlúv na diaľku. Poskytovateľom finančných služieb môžu byť poisťovňa, banka, dôchodková správcovská spoločnosť, obchodník s cennými papiermi a pod. (ďalej len „dodávateľ“)

Prostriedkom diaľkovej komunikácie sa rozumie akýkoľvek prostriedok, ktorý bez súčasného fyzického kontaktu dodávateľa a spotrebiteľa možno použiť pri poskytovaní finančnej služby na diaľku. Z pohľadu elektronického obchodu ide o použitie elektronických prostriedkov komunikácie, najmä využitím webového sídla, elektronickej pošty a pod.

Tento zákon pri poskytovaní finančných služieb prostredníctvom elektronických prostriedkov komunikácie upravuje:

1. poskytovanie predzmluvných informácií spotrebiteľovi,
2. poskytovanie informácií spotrebiteľovi o uzavretí zmluvy a poskytovanie informácií spotrebiteľovi počas trvania zmluvného vzťahu,
3. odstúpenie od zmluvy spotrebiteľom,
4. odplatu za finančnú službu poskytnutú pred odstúpením od zmluvy a povinnosti zmluvných strán po odstúpení od zmluvy.

Aj pre oblasť poskytovania finančných služieb prostredníctvom elektronických prostriedkov komunikácie platí, že spotrebiteľ musí mať už v čase rozhodovania sa o ponuke finančnej služby aktuálne, úplné a pravdivé informácie. Z tohto dôvodu ZOSFD ukladá dodávateľovi povinnosť, aby zreteľným a zrozumiteľným spôsobom vhodným pre použitý prostriedok diaľkovej komunikácie a v súlade so zásadami dobrých mravov a zásadami poctivého obchodného styku oznámil spotrebiteľovi tzv. **predzmluvné informácie** tak, aby bol

zrejmy obchodny ucel tychto informacii. **Spotrebiteľovi je povinný oznámiť** najmä **informácie o**

a) **dodávateľovi** aspoň v tomto rozsahu:

- obchodné meno a sídlo dodávateľa, ak ide o právnickú osobu, alebo meno, priezvisko, miesto podnikania alebo adresu trvalého pobytu dodávateľa, ak ide o fyzickú osobu,
- ďalšie kontaktné adresy dodávateľa, ktoré sú dôležité pre vzťah spotrebiteľa s dodávateľom,
- predmet podnikania alebo činnosti,
- identifikačné číslo dodávateľa a označenie registrového súdu, ktorý ho prideliť,
- obchodné meno, sídlo a identifikačné číslo obchodného zástupcu dodávateľa, ak ide o právnickú osobu, alebo meno, priezvisko, miesto podnikania, adresu trvalého pobytu a identifikačné číslo obchodného zástupcu dodávateľa, ak ide o fyzickú osobu,
- obchodné meno, sídlo a identifikačné číslo sprostredkovateľa, ak ide o právnickú osobu, alebo meno, priezvisko, miesto podnikania alebo adresu trvalého pobytu a identifikačné číslo sprostredkovateľa, ak ide o fyzickú osobu, a ich právny vzťah k dodávateľovi,
- názov a sídlo príslušného orgánu dohľadu nad činnosťou dodávateľa,

b) **finančnej službe** tým, že uvedie aspoň:

- charakteristiku poskytovanej finančnej služby,
- celkovú výšku odplaty za finančnú službu vrátane všetkých poplatkov, výdavkov a daní platených spotrebiteľom prostredníctvom dodávateľa; ak nemožno určiť presnú výšku odplaty za finančnú službu, dodávateľ je povinný uviesť základ na jej výpočet tak, aby bolo možné overenie jej výšky spotrebiteľom,
- upozornenia na riziká, ak ponúkaná finančná služba je spojená s nástrojmi zahŕňajúcimi riziká súvisiace s ich špecifickými črtami alebo činnosťami, ktoré sa majú vykonať alebo ktorých cena je závislá od zmien na finančných trhoch, na ktoré dodávateľ nemá vplyv, a upozornenie, že doterajší výnos nie je zárukou budúcich výnosov,
- informácie o daniach a iných poplatkoch, ktoré nie sú uhrádzané prostredníctvom dodávateľa, alebo ním nie sú vyberané,
- dobu platnosti poskytnutých údajov,
- informácie o platobných podmienkach a spôsobe vykonania služby,
- dodatočné náklady spotrebiteľa spojené s použitím prostriedkov diaľkovej komunikácie, ak sa účtujú;

c) **zmluve na diaľku**, a to aspoň o:

- práve spotrebiteľa na odstúpenie od zmluvy vrátane doby trvania tohto práva, o podmienkach na jeho uplatnenie, informácie o peňažnej sume, ktorú možno požadovať od spotrebiteľa, a o dôsledkoch neuplatnenia tohto práva alebo o neexistencii práva na odstúpenie od zmluvy,
- minimálnej dobe platnosti zmluvy v prípade finančných služieb, ktoré sa majú poskytovať trvalo alebo opakovane (napr. zmluvy týkajúce sa doplnkového dôchodkového zabezpečenia),
- možnosti predčasného alebo jednostranného skončenia zmluvy vrátane informácie o súvisiacich zmluvných pokutách,
- postupe uplatnenia práva na odstúpenie od zmluvy vrátane adresy, na ktorú sa má zaslať oznámenie o odstúpení,
- označení štátu, ktorého právnym poriadkom sa dodávateľ riadi pri ponuke finančných služieb spotrebiteľovi pred uzavretím zmluvy,
- jazyku alebo jazykoch, v akých sa dodávateľ so súhlasom spotrebiteľa zaväzuje komunikovať počas trvania zmluvy a oznamovať zmluvné podmienky a informácie;

d) **spôsobe vybavovania reklamácií a sťažností alebo o možnosti mimosúdneho vybavenia sťažností,**

e) **existencii garančných fondov alebo systémov náhrad** iných, než sú garančné fondy alebo systémy náhrad podľa osobitných zákonov, napr. podľa zákona č. 118/1996 Z. z. o ochrane vkladov a o zmene a doplnení niektorých zákonov, Fond ochrany vkladov, alebo podľa zákona o cenných papieroch, Garančný fond investícií.

Tieto predzmluvné informácie je dodávateľ povinný poskytnúť spotrebiteľovi v primeranom časovom predstihu pred uzavretím zmluvy v listinnej podobe alebo v podobe zápisu na inom trvanlivom médiu, ktoré je k dispozícii a je dostupné spotrebiteľovi. Primeraným časovým predstihom sa rozumie čas, ktorý potrebuje spotrebiteľ na posúdenie informácií a zmluvných podmienok ponúkanej finančnej služby. Ak bola zmluva uzavretá na žiadosť spotrebiteľa prostredníctvom prostriedku komunikácie, ktorý neumožňuje poskytnutie predzmluvných informácií v listinnej podobe alebo v podobe zápisu na inom trvanlivom médiu, dodávateľ je povinný zaslať spotrebiteľovi tieto informácie v listinnej podobe alebo v podobe zápisu na inom trvanlivom médiu bezprostredne po uzavretí zmluvy.

Ak dôjde k uzavretiu zmluvy, tak **dodávateľ je povinný o uzavretí zmluvy informovať spotrebiteľa bez zbytočného odkladu.** Dodávateľ má pri niektorých finančných službách povinnosť na žiadosť spotrebiteľa **poskytnúť mu ďalšie informácie o finančnej službe** v listinnej podobe alebo v podobe zápisu na inom trvanlivom médiu, a to kedykoľvek

počas trvania zmluvného vzťahu (napr. v oblasti poisťovníctva a obchodovania s cennými papiermi).

Aj ZOSFD pri finančných službách garantuje **spotrebiteľovi** v určitých prípadoch **právo odstúpiť od zmluvy** aj bez uvedenia dôvodu, ako aj bez zaplatenia zmluvnej pokuty. Toto právo spotrebiteľom sa priznáva opäť z dôvodu, že v prípade elektronického obchodu spotrebiteľ pri uzatváraní zmluvy nemá rovnaké možnosti, aké má pri uzatváraní zmluvy klasickým spôsobom, t. j. v priestoroch dodávateľa prekonzultovať s jeho zamestnancom všetky aspekty a riziká ponúkanej finančnej služby. Právo odstúpiť od zmluvy pri finančných službách nie je neobmedzené.

Spotrebiteľ je oprávnený odstúpiť od zmluvy bez zaplatenia zmluvnej pokuty a bez uvedenia dôvodu **v lehote 14 kalendárnych dní**:

- a) **od uzavretia zmluvy na diaľku** alebo
- b) **od doručenia predzmluvných informácií** v listinnej podobe alebo v podobe zápisu na inom trvanlivom médiu, ak zmluva bola uzavretá na žiadosť spotrebiteľa prostredníctvom prostriedku diaľkovej komunikácie, ktorý neumožňoval poskytnúť tieto predzmluvné informácie pred uzavretím zmluvy.

Lehota na odstúpenie od zmluvy sa predlžuje na **30 kalendárnych dní** pri niektorých finančných službách, ktoré môžu mať zásadný význam pre spotrebiteľov. Táto dlhšia lehota konkrétne platí pri poisťných zmluvách v oblasti životného poistenia a doplnkového dôchodkového sporenia. Lehota na odstúpenie od zmluvy začne plynúť:

- a) **pri poisťných zmluvách v oblasti životného poistenia**, na základe ktorých sa poskytujú finančné služby v oblasti životného poistenia, **odo dňa, keď spotrebiteľ bol informovaný o uzavretí zmluvy**,
- b) **pri zmluvách**, na základe ktorých sa poskytujú finančné služby **v oblasti doplnkového dôchodkového sporenia**, **od uzavretia zmluvy na diaľku** alebo **od doručenia predzmluvných informácií**, ak zmluva bola uzavretá na žiadosť spotrebiteľa prostredníctvom prostriedku diaľkovej komunikácie, ktorý neumožňoval poskytnutie informácií predzmluvných informácií v listinnej podobe alebo v podobe zápisu na inom trvanlivom médiu.

Lehota na odstúpenie od zmluvy sa považuje za dodržanú, ak oznámenie spotrebiteľa o odstúpení od zmluvy bolo odoslané dodávateľovi na adresu uvedenú v rámci obsahu ním poskytnutých predzmluvných povinností spotrebiteľovi najneskôr v posledný deň tejto lehoty, či už v listinnej podobe alebo v podobe zápisu na inom trvanlivom médiu, ktorý je k dispozícii a je dostupný dodávateľovi.

Právo na odstúpenie od zmluvy bez zaplatenia zmluvnej pokuty a bez uvedenia dôvodu nie je neobmedzené. **Spotrebiteľ nemá právo odstúpiť** od:

- a) **zmluvy**, ktorá sa vzťahuje na finančnú službu, **ktorej cena závisí od zmien na finančnom trhu**, na ktoré dodávateľ nemá vplyv a ku ktorým môže dôjsť počas lehoty na odstúpenie od zmluvy, najmä na finančnú službu súvisiacu s operáciami s peňažnými prostriedkami v cudzej mene (devízové operácie), s nástrojmi peňažného trhu (napr. pokladničné poukážky a vkladové listy), s prevoditeľnými cennými papiermi, s podielovými listami alebo inými cennými papiermi vydávanými subjektmi kolektívneho investovania, s akciovými, úrokovými a menovými swapmi a pod.,
- b) **poistnej zmluvy** o poistení cestujúcich a poistení batožiny alebo od iných poistných zmlúv uzavretých **na dobu kratšiu ako jeden mesiac**,
- c) zmluvy, **ak sa finančná služba splnila** na výslovnú žiadosť spotrebiteľa **predtým, ako spotrebiteľ uplatnil svoje právo na odstúpenie od zmluvy**.

Ak spotrebiteľ uplatnil svoje právo na odstúpenie od zmluvy, tak podľa charakteru finančnej služby môžu vzniknúť povinnosti spotrebiteľovi alebo dodávateľovi.

Spotrebiteľ je povinný zaplatiť dodávateľovi odplatu iba za finančnú službu skutočne poskytnutú v súlade so zmluvou, a ak sa táto finančná služba začala poskytovať **po predchádzajúcom súhlase spotrebiteľa**. Ak však začal s plnením zmluvy pred uplynutím lehoty na odstúpenie od zmluvy bez predchádzajúceho súhlasu spotrebiteľa, tak nie je oprávnený od spotrebiteľa požadovať odplatu. Dodávateľ nie je oprávnený požadovať od spotrebiteľa odplatu ani vtedy, ak nemôže preukázať, že spotrebiteľ a o nej riadne informoval. Odplata musí byť primeraná rozsahu poskytnutej finančnej služby a nesmie mať charakter sankcie. Odplatu je spotrebiteľ povinný zaplatiť bez zbytočného odkladu.

Okrem toho spotrebiteľ je povinný bez zbytočného odkladu po odoslaní oznámenia o odstúpení od zmluvy **vrátiť dodávateľovi poskytnuté finančné prostriedky a majetok, ktoré od dodávateľa prijal** a na ktoré má nárok v súvislosti so zmluvou, od ktorej spotrebiteľ odstúpil. Ak nie je spotrebiteľ schopný splniť svoju povinnosť bez zbytočného odkladu, je povinný ju splniť najneskôr do 30 kalendárnych dní odo dňa odoslania oznámenia o odstúpení od zmluvy dodávateľovi.

Na druhej strane **dodávateľ je povinný** bez zbytočného odkladu po doručení oznámenia o odstúpení od zmluvy **vrátiť spotrebiteľovi poskytnuté finančné prostriedky, ktoré od neho prijal** v súvislosti so zmluvou, okrem odplaty za finančnú službu skutočne poskytnutú v súlade s touto zmluvou. Ak nie je dodávateľ schopný splniť túto svoju povinnosť bez

zbytočného odkladu, tak je povinný ju splniť najneskôr do 30 kalendárnych dní odo dňa doručenia oznámenia o odstúpení od zmluvy.

ZOSFD v súvislosti s odstúpením od zmluvy spotrebiteľom a v záujme ochrany spotrebiteľa prísne reguluje aj tzv. **nevyžiadané finančné služby**. Ak zmluva obsahovala ustanovenie, že po skončení jej platnosti možno zmluvu obnoviť, tak dodávateľ môže po skončení platnosti zmluvy poskytovať spotrebiteľovi tú istú finančnú službu len na základe predchádzajúcej žiadosti spotrebiteľa. V opačnom prípade sa poskytnutá finančná služba bude považovať za nevyžiadanú službu, ktorá sa kvalifikuje ako agresívna obchodná praktika.⁹⁸

7.2 PRÁVNA REGULÁCIA ELEKTRONICKÝCH KOMUNIKÁCIÍ

7.2.1 Všeobecný úvod do právnej regulácie elektronických komunikácií

Zákon č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách (ďalej len „ZEK“) je komplexný právny predpis regulujúci elektronické komunikácie vrátane podmienok poskytovania elektronických komunikačných sietí a elektronických komunikačných služieb, hospodárskej súťaže v oblasti elektronických komunikácií i ochranu práv užívateľov. Ide o právny predpis upravujúci veľké množstvo regulačných podmienok a technických detailov, ale i oblasti dôležité pre marketérov. Práve na tieto otázky sa zameriame v ďalšom výklade, na úvod je však potrebné objasniť niektoré pojmy používané ZEK.

Elektronická komunikačná služba je služba obvykle poskytovaná za odplatu prostredníctvom elektronických komunikačných sietí, ktorá zahŕňa službu prístupu k internetu, interpersonálnu komunikačnú službu (napr. hlasovú mobilnú službu) alebo služby pozostávajúce úplne alebo prevažne z prenosu signálov a na rozhlasové a televízne vysielanie; elektronickou komunikačnou službou (tiež len „služba“) však nie je poskytovanie obsahu alebo vykonávanie redakčnej kontroly obsahu prenášaného pomocou elektronických komunikačných sietí a služieb. Samotné rozhlasové a televízne vysielanie alebo prevádzkovanie spravodajského webového portálu ako obsahové služby nie sú elektronickými komunikačnými službami, a teda nespádajú pod režim regulácie elektronických komunikácií, ale do oblasti mediálneho práva (pozri bližšie 7. časť tejto učebnice).

⁹⁸Príloha č. 1 časť „Agresívne obchodné praktiky“ bod 6. ZOS.

Elektronická komunikačná sieť je sieť tvorená prenosovými systémami, prípadne prepájacími alebo smerovacími zariadeniami a inými prostriedkami, ktoré umožňujú prenos signálov:

- po vedení,
- rádiovými vlnami,
- optickými alebo inými elektromagnetickými prostriedkami vrátane družicových sietí, pevných sietí, mobilných sietí, elektrických vedení určených na prenos a distribúciu elektriny v rozsahu, v ktorom sa používajú na prenos signálov, sietí používaných na rozhlasové a televízne vysielanie a sietí káblovej televízie

bez ohľadu na druh prenášaných informácií.

Orgány štátnej správy v odvetví elektronických komunikácií sú:

- a) Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky a
- b) Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb (ďalej len „Úrad“).

Zásadami a princípmi regulácie vykonávanej Úradom sú:

- a) podpora predvídateľnosti regulácie zabezpečením jednotného regulačného prístupu k regulovaným subjektom podľa ZEK a vzájomnou spoluprácou s orgánom európskych regulátorov, skupinou pre politiku rádiového spektra, ENISA⁹⁹ a Európskou komisiou,
- b) nediskriminácia pri zaobchádzaní s poskytovateľmi sietí a služieb,
- c) uplatňovanie princípu technologickej neutrality,
- d) zabezpečovanie zachovania hospodárskej súťaže na trhu a zásady nediskriminácie, osobitne z pohľadu rizika investovania,
- e) zohľadňovanie odlišných podmienok v oblasti infraštruktúry, hospodárskej súťaže, postavenia koncových užívateľov, najmä spotrebiteľov a
- f) transparentnosť (zverejňovanie všetkých rozhodnutí, všeobecne záväzných právnych predpisov a informácií, ktoré prispievajú k otvorenému a funkčne konkurenčnému trhu na svojom webovom sídle, resp. vo svojom vestníku.

7.2.2. Zmluva o poskytovaní elektronických komunikačných služieb

Podnikom je fyzická alebo právnická osoba, ktorá poskytuje elektronické komunikačné siete alebo elektronické komunikačné služby na základe povolenia udeleného jej Úradom. Podnik zriadi pripojenie k verejnej sieti alebo poskytuje služby (vrátane služby prístupu

⁹⁹Skratka pre Agentúru Európskej únie pre kybernetickú bezpečnosť.

k internetu) na základe **zmluvy o poskytovaní** elektronických komunikačných **služieb**. Jej súčasťou môžu byť všeobecné podmienky a cenník. Podnik poskytne spotrebiteľovi predtým, ako bude tento viazaný zmluvou o poskytovaní služieb, či akoukoľvek súvisiacou ponukou, informácie, ktoré sú presne špecifikované v prílohe č. 3 ZEK.

Povinnosťami podniku zo zmluvy o poskytovaní služieb sú:

1. uzavrieť zmluvu o poskytovaní verejne dostupných služieb s každým záujemcom o poskytovanie verejne dostupnej služby, ak nie je dôvod na jej odmietnutie (pozri ďalej),
2. pri jej uzatvorení získať osobné údaje účastníka (vrátane účastníka používajúceho predplatené služby) a viesť evidenciu týchto údajov,
3. neprekročiť dobu viazanosti 24 mesiacov u spotrebiteľa pri prvom uzavretí zmluvy o poskytovaní služieb,
4. zabezpečiť svojim koncovým užívateľom prístup k informačnej službe o telefónnych číslach,
5. mať prijatý reklamačný poriadok a riadiť sa ním, najmä vybavovať reklamácie v lehotách v ňom stanovených,
6. účastníkom s telefónnymi číslami, ktorí o to požiadajú, zabezpečiť bezplatnú prenositeľnosť telefónneho čísla (okrem prenosu čísla medzi pevnými a mobilnými verejnými sieťami),
7. spolupracovať s prijímajúcim podnikom tak, aby prerušenie poskytovania služby počas procesu zmeny podniku poskytujúceho službu prístupu k internetu netrvalo dlhšie ako jeden pracovný deň,
8. ak podnik poskytuje verejne dostupnú sieť alebo službu, zabezpečiť technicky a organizačne dôvernú správu a s nimi spojených prevádzkových údajov, ktoré sa prenášajú prostredníctvom jeho verejnej siete a verejne dostupných služieb (nezodpovedá však za ochranu prenášaných správ, ak je možnosť ich priameho vypočítania alebo nechráneného získania v mieste vysielania alebo v mieste príjmu) a i.

Podnik má na základe zmluvy o poskytovaní služieb **právo**:

1. na úhradu odplaty za poskytnutú verejne dostupnú službu,
2. na náhradu škody spôsobenej na verejnej sieti a na verejnom telekomunikačnom zariadení,
3. odmietnuť uzavretie zmluvy o poskytovaní verejne dostupných služieb, ak
 - poskytovanie verejne dostupnej služby na požadovanom mieste alebo v požadovanom rozsahu je technicky neuskutočiteľné okrem prípadu, že by to bolo možné len s vynaložením neprimerane vysokých nákladov,

- záujemca nedáva záruku, že bude zmluvu dodržiavať (napr. je dlžníkom uvedeného podniku alebo je uvedený v zozname dlžníkov) alebo
 - záujemca nesúhlasí s podmienkami zmluvy o poskytovaní služieb;
4. po predchádzajúcom upozornení dočasne prerušiť alebo obmedziť poskytovanie verejne dostupnej služby z dôvodu jej zneužívania alebo podstatného porušenia iných zmluvných podmienok zo strany účastníka,
 5. zo zákonom stanovených dôvodov (spočívajúcich v podstatnom porušení zmluvy účastníkom) od zmluvy o poskytovaní verejne dostupných služieb odstúpiť,
 6. žiadať od účastníka alebo jeho splnomocneného zástupcu preukázanie totožnosti a spracúvať ich osobné údaje vrátane lokalizačných údajov.

Týmto právam a povinnostiam podniku zodpovedajú povinnosti a práva účastníka zo zmluvy o poskytovaní služieb.

7.2.3. Právna regulácia tzv. *cookies*

S problematikou ochrany osobných údajov spomínanej na konci predchádzajúcej podkapitoly úzko súvisí problematika tzv. *cookies*. Tento pojem však v zákone nenájdeme; ZEK v § 109 ods. 8 hovorí o tzv. **informáciách uložených v koncovom zariadení užívateľa**. Sú to krátke textové súbory, ktoré do koncového zariadenia užívateľa ukladajú navštívené webstránky. Tejto webstránke umožňujú zapamätať si informácie o záujmoch alebo preferenciách užívateľa a vytvárajú priestor na tzv. profilovanie (pozri podkapitolu 5.3.3.). Hlavným účelom *cookies* je prispôsobenie zobrazovanej reklamy a jej cielenie na konkrétnu osobu (tzv. marketingové a reklamné *cookies* – *marketing cookies*). Analytické *cookies* (*analytical cookies*) dokážu sledovať aktivity návštevníkov webstránky a umožňujú napr. prostredníctvom služby Google Analytics zlepšenie funkčnosti webovej stránky sledovaním správania návštevníka na nej. *Cookies*, ktoré nie sú nevyhnutné na fungovanie webovej stránky, nazývame **dobrovoľné** alebo nie nevyhnutné *cookies* (*non-essential cookies*).

Niektoré súbory *cookies* sú tzv. online identifikátorom, ktorý sa podľa GDPR považuje za **osobný údaj**. Prostredníctvom nich môže prevádzkovateľ webovej stránky zistiť totožnosť fyzickej osoby, do zariadenia ktorej webová stránka uložila svoje *cookies*, napr. prostredníctvom jej IP adresy.

Bez ohľadu na to, či sú alebo nie sú osobným údajom, ukladať *cookies* alebo získavať k nim prístup je prípustné iba s preukázateľným súhlasom dotknutého užívateľa (to neplatí pre tzv. nevyhnutné *cookies* – pozri ďalej). Takýto súhlas musí spĺňať požiadavky GDPR, musí

teda ísť o slobodne daný, konkrétny, informovaný a jednoznačný prejav vôle dotknutej osoby, a to formou vyhlásenia alebo jednoznačného potvrdzujúceho úkonu. Súhlas užívateľa musí prevádzkovateľ web stránky **získať pred tým, ako sa údaje uložia do zariadenia** užívateľa, alebo ako bude prevádzkovateľ web stránky do zariadenia užívateľa vstupovať. Časté chyby, ktoré podnikatelia na svojej webovej stránke robia vo vzťahu ku *cookies*, zahŕňajú napr. neexistenciu tlačidla na odmietnutie dobrovoľných *cookies* už v prvej vrstve selekcie, vopred zaškrtnuté políčko so súhlasom na ukladanie dobrovoľných *cookies*, ktoré musí užívateľ odškrtnúť, ak s ich ukladáním nesúhlasí, či nepresne klasifikované nevyhnutné *cookies*.

Neudelenie súhlasu s dobrovoľnými *cookies* nebráni technickému uloženiu údajov alebo prístupu k nim, ktorých jediným účelom je prenos alebo uľahčenie prenosu správy prostredníctvom siete, alebo ak je to bezpodmienečne potrebné pre poskytovateľa služieb informačnej spoločnosti na poskytovanie služby informačnej spoločnosti, ktorú výslovne požaduje užívateľ (tzv. **nevyhnutné *cookies* – essential cookies**).

Správnemu nastaveniu režimu *cookies* na webovej stránke je potrebné venovať náležitú pozornosť, lebo za porušenie príslušného ustanovenia ZEK môže Úrad uložiť **pokutu** od 200 eur až do výšky 5 % z obratu prevádzkovateľa za predchádzajúce účtovné obdobie (porov. § 124 ods. 3 ZEK).

7.2.4. Právna úprava priameho marketingu v oblasti elektronických komunikácií

ZEK upravuje aj niektoré špecifické otázky týkajúce sa **priameho marketingu v oblasti využívania elektronických komunikácií**. Na účely ZEK sa priamym marketingom rozumie akákoľvek forma prezentácie tovarov alebo služieb v písomnej forme alebo ústnej forme, zaslaná alebo prezentovaná prostredníctvom verejne dostupnej služby priamo jednému alebo viacerým účastníkom alebo užívateľom. Používanie automatických volacích a komunikačných systémov bez ľudského zásahu, telefaxu, elektronickej pošty, služby SMS a služby MMS je na účely priameho marketingu dovoľené len s predchádzajúcim preukázateľným súhlasom účastníka alebo užívateľa získaným pred jeho kontaktovaním; tento súhlas je oprávnený kedykoľvek odvolať. ZEK ďalej ustanovuje, že s cieľom získania uvedeného súhlasu je zakázané kontaktovať účastníka (užívateľa) takýmito spôsobmi.

Úrad zriadi a prevádzkuje na svojej webovej stránke **zoznam telefónnych čísel, ktorých majitelia vyjadrili nesúhlas s volaním na účely priameho marketingu**. Účastník alebo užívateľ majú právo kedykoľvek bezplatne uviesť telefónne číslo v tomto zozname alebo vykonať jeho aktualizáciu. Ešte pred vykonaním priameho marketingu musí osoba, ktorá ho

vykonáva, overiť uvedenie telefónneho čísla alebo skupiny telefónnych čísel v uvedenom zozname; toto overenie je odplatné¹⁰⁰.

Overovanie telefónnych čísel v zozname a zákaz volať na ne sa však nevzťahujú na priamy marketing vlastných podobných tovarov a služieb osoby, ktorá kontaktné údaje účastníka alebo užívateľa získala v súvislosti s predajom podobného tovaru alebo služieb alebo s ktorými je v zmluvnom vzťahu alebo na účely priameho marketingu voči účastníkovi alebo užívateľovi, ktorí si takúto komunikáciu sami vopred preukázateľne vyžiadali.

Použitá literatúra

1. BÁNOS, R., KURUCZOVÁ, A., RENÁČOVÁ, E. *Právo e-shopov. 1. vydanie*. Bratislava: C. H. Beck, 2021, 248 s., ISBN 978-80-8232-001-8
2. SEMANČÍNOVÁ, L. Právny žurnál: COOKIES – 8 zakázaných praktík. In.: *Semancin a partners* [online]
https://semancin.sk/pravny-zurnal-cookies-8-zakazanych-praktik/?gclid=Cj0KCQiA3uGqBhDdARIsAFeJ5r3GqAzAGMGC_UR0EgxCvxZ48DbgUA6XdjvsP3EZhMurcQ5SE2ONvkaAnZZEALw_wcB
3. ŠTEVČEK, M., DULAK, A., BAJÁNKOVÁ, J., FEČÍK, M., SEDLAČKO, F., TOMAŠOVIČ, M. a kol. *Občiansky zákonník I. § 1 – 450. Komentár. 2. vydanie*. Praha: C. H. Beck, 2019, 1754 s., ISBN 978-80-7400-770-5
4. WINKLER, M. a kol. *Právo v medzinárodnom obchode. 1. vydanie*. Bratislava : Wolters Kluwer SR s. r. o., 2021, 568 s., ISBN 978-80-571-0320-2
5. Právne predpisy podľa textu.

¹⁰⁰Ceny za overenie telefónneho čísla v zozname vedenom Úradom stanovuje § 7 ods. 1 vyhlášky Úradu pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb č. 368/2022 Z. z. o zozname telefónnych čísel na vyjadrenie nesúhlasu s volaním na priamy marketing v pásmach, a to od 1 do 10.000 overovaných telefónnych čísel vo výške 10 eur, od 10.001 do 100.000 overovaných telefónnych čísel vo výške 20 eur, od 100.001 do 1.000.000 overovaných telefónnych čísel vo výške 100 eur a od 1.000.001 do 5.000.000 overovaných telefónnych čísel vo výške 300 eur.

8. PRÁVNÁ REGULÁCIA CENOTVORBY A FORIEM PLATENIA

8.1. PRÁVNÁ REGULÁCIA CENOTVORBY

8.1.1. Všeobecný výklad o cenách

Správne nastavenie ceny má umožniť podnikateľovi:

1. návratnosť investícií,
2. maximalizáciu zisku,
3. získanie, udržanie alebo zvýšenie podielu na trhu,
4. nasledovanie alebo oslabenie konkurencie,
5. stabilizáciu cien.¹⁰¹

Cena zohráva kľúčovú úlohu z rôznych pohľadov:

1. spotrebiteľa pri výbere výrobkov a služieb s ohľadom na jeho finančné možnosti,
2. výrobcu pri zostavovaní podnikateľského plánu a očakávaných príjmov z realizácie svojich výkonov,
3. obchodníka pri rozhodovaní, ktorý sortiment tovarov mu zabezpečí predpokladaný zisk.¹⁰²

Je logickým očakávaním podnikateľa, že implementáciou svojich produktov za trhové sadzby zabezpečí vrátenie zaplatených nákladov a dostatočný zisk (efekt z podnikania) ako podmienku a stimul pre ďalšie rozšírenie svojich podnikateľských aktivít.¹⁰³ Cena ako základný rozhodovací faktor dominuje pri tzv. obmedzenom nákupnom rozhodovaní, taktiež ako rozhodovacie kritérium môže byť pri impulzívnom nakupovaní.¹⁰⁴ Základ úspešnej cenovej stratégie začína úplným porozumením ekonomickej hodnoty, ktorú produkt prináša kupujúcim.¹⁰⁵ **Manažment cien** je tvorený troma úrovňami:

- **operatívna úroveň** pozostáva z techník zisťovania úžitku pre zákazníka a hodnoty,
- **taktická úroveň** spočíva v tvorbe kalkulačných schém a zavádzanie nástrojov cenového controllingu,

¹⁰¹FENDEKOVÁ, E., KUFELOVÁ, I.: *Ceny a cenové rozhodovanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, s. 8.

¹⁰²RAJŇÁK, M. a kol.: *Cenové rozhodovanie: tvorba, priority, stratégia*. Bratislava : Sprint vĕra, 2002, s.11.

¹⁰³FENDEKOVÁ, E., KUFELOVÁ, I.: *Ceny a cenové rozhodovanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, s. 17.

¹⁰⁴REMEŇOVÁ, K.: Manažment cien ako kľúčový pilier rastu tržieb. In SZABO, L. a kol.: *Moderné trendy v manažmente a ich uplatňovanie v podnikoch na Slovensku*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, s. 165.

¹⁰⁵FENDEKOVÁ, E., KUFELOVÁ, I.: *Ceny a cenové rozhodovanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, s. 17.

- **strategická úroveň** spočíva v tvorbe viacerých taktík pre cenové umiestnenie voči konkurencii a príprave dát pre ďalšie optimalizačné taktiky.¹⁰⁶

Cena plní dve dôležité **funkcie**, ktorými sú alokačná funkcia (príjem podnikateľa závisí od rozdielu medzi cenou, ktorú musí zaplatiť za nakúpený materiál, a cenou, ktorú dostáva za predaj svojich výrobkov a služieb), a informačná funkcia (cena je pre podnikateľský subjekt základnou informáciou a zároveň aj kritériom rozhodovania).¹⁰⁷

Cena v najvšeobecnejšom slova zmysle predstavuje peňažné vyjadrenie hodnoty tovarov a služieb.¹⁰⁸ Optimálna cena výrobku je tá, ktorá v rámci obmedzení daných štruktúrou nákladov a trhového prostredia privádza do súladu marketingovú a výrobnú stratégiu firmy s cieľom dosiahnuť dlhodobú ziskovosť podniku.¹⁰⁹ Trhovú – rovnovážnu cenu možno charakterizovať ako cenu, pri ktorej sa ponúkané množstvo tovaru rovná požadovanému množstvu; nevzniká nedostatok, ani prebytok tovaru.¹¹⁰

Pojem cena je nutné uchopiť komplexne. **Cenové systémy** môžu zahŕňať niekoľko parametrov, ako sú predovšetkým nasledujúce štruktúry:

- základná cena,
- balíky a ceny za jednotlivé balíky,
- ceny výrobcu a ceny konečného spotrebiteľa,
- zľavy, bonusy, rabaty,
- diferencované ceny na základe zákazníckeho segmentu alebo fázy životného cyklu výrobku,
- ceny za doplnkové alebo náhradné výrobky,
- diferencované ceny podľa veľkosti balenia, alebo variantu produktu.¹¹¹

Na pojem cena možno nahliadať z týchto štyroch aspektov:

1. ekonomické hľadisko spočívajúce v porovnaní pôsobenia dvoch trhových síl, a to dopytu a ponuky,
2. účtovné hľadisko, podľa ktorého by cena mala pokrývať všetky finančné náklady, ktoré boli vynaložené na výrobu výrobku alebo poskytnutia služby vrátane zisku,
3. spotrebiteľské hľadisko,

¹⁰⁶REMEŇOVÁ, K.: Manažment cien ako kľúčový pilier rastu tržieb. In SZABO, Ľ. a kol.: *Moderné trendy v manažmente a ich uplatňovanie v podnikoch na Slovensku*. Bratislava : EKONÓM, 2015, s. 166.

¹⁰⁷LIPIANSKA, J., HASPROVÁ, M.: *Cenové rozhodovanie v marketingu*. Bratislava : EKONÓM, 2009, s. 12.

¹⁰⁸KAJANOVÁ, J.: *Náklady a ceny*. Bratislava : IRIS, 2005, s. 9.

¹⁰⁹HANNA, N., DODGE, H. R.: *Pricing : zásady a postupy tvorby cen*. Praha : Management Press, 1997, s. 42.

¹¹⁰LISÝ, J. a kol.: *Ekonomía v novej ekonomike*. Bratislava : IURA EDITION, 2005, s. 91.

¹¹¹SIMON, H., FASSNACHT, M.: *Price management: Strategy, Analysis, Decision, Implementation*. New York : Springer International Publishing, 2019, s. 5-6.

4. z pohľadu predávajúceho, pričom v trhovej ekonomike má všetko svoju cenu, ktorá závisí od ponuky a dopytu.¹¹²

Cena z pohľadu spotrebiteľa reprezentuje získanie konkrétnej výhody výmenou za peniaze.¹¹³ Cena z pohľadu predávajúceho znamená príjem vytvorený predajom produktov.¹¹⁴

8.1.2. Zákon o cenách

V ďalšom texte ponúkame legislatívne hľadisko, a to optikou jedného zo základných právnych predpisov, ktorý tvorí regulátorne prostredie pre tvorbu cien v SR. Je ním zákon NR SR č. 18/1996 Z. z. o cenách v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o cenách“). Tento normatívny právny akt obsahuje okrem iného **legálnu definíciu pojmu cena**. Túto zákonodarca vymedzuje ako peňažnú sumu dohodnutú pri nákupe a predaji tovaru, pričom za cenu podľa predmetného zákona sa považuje aj tarifa.

Predmetom zákona o cenách je regulácia pravidiel dohodovania, uplatňovania, regulácie a kontroly cien výrobkov, výkonov, prác, služieb, nájmu a nehnuteľností, opatrenia na zamedzenie nežiaduceho cenového vývoja a pôsobnosť orgánov štátnej správy, vyšších územných celkov a obcí v oblasti cien tovaru pre trh na území Slovenskej republiky vrátane cien tovaru z dovozu a cien tovaru určeného na vývoz. Zákon o cenách taktiež vymedzuje práva a povinnosti právnických osôb a fyzických osôb a orgánov štátnej správy pri uplatňovaní predmetného zákona.

Zákon o cenách sa nevzťahuje najmä na:

- cenné papiere,
- hazardné hry,
- odmeny, úhrady a platby,
- náhrady pri vyvlastnení,
- náhrady škôd a nákladov,
- poplatky,
- pokuty a penále,
- úroky,
- poisťné,

¹¹²OLÁH, M. a kol.: *Ceny v marketingu*. Bratislava : Elita, 2009, s. 29.

¹¹³FENDEKOVÁ, E., KUFELOVÁ, I.: *Ceny a cenové rozhodovanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, s. 16-19.

¹¹⁴Tamže.

- základné cestovné a cestovné vybraných skupín cestujúcich za dopravné služby vykonávané na základe zmluvy o službách vo verejnom záujme v pravidelnej autobusovej doprave,
- základné cestovné a osobitné cestovné za dopravné služby vykonávané na základe zmluvy o dopravných službách vo verejnom záujme v železničnej doprave, mestskej električkovej a trolejbusovej doprave a
- medzinárodné tarify v doprave a v oblasti pôšt a telekomunikácií podľa osobitných predpisov.

V zmysle zákona o cenách sa rozdiel medzi cenou nakúpeného tuzemského alebo dovezeného tovaru, ktorý sa v nezmenenom stave predáva ďalej, a cenou, za ktorú sa predáva, považuje za cenu obchodného alebo sprostredkovateľského výkonu, aj keď nie je výslovne a samostatne dohodnutá.

Na účely zákona o cenách:

- ekonomicky oprávnenými nákladmi sa rozumejú skutočné priame náklady a skutočné nepriame náklady spojené s funkciami výroby, správy, odbytu, výskumu a vývoja vrátane k nim prislúchajúcich nepriamych nákladov, ktoré by vzhľadom na vykonávané funkcie, riziká a trhové podmienky boli uplatnené pri použití metódy čistého obchodného rozpätia, pričom funkciami odbytu okrem činností predaja sa rozumejú aj činnosti spojené s propagáciou, sprostredkovaním predaja a marketingom predávaných výrobkov,
- primeranou ziskovou prirážkou sa rozumie prirážka, ktorá by vzhľadom na vykonávané funkcie, riziká a trhové podmienky bola uplatnená vo vzťahu k iným nezávislým osobám.

Dohoda o cene je dohoda o výške ceny alebo dohoda o spôsobe, akým sa cena vytvorí, s podmienkou, že tento spôsob cenu dostatočne určuje. Dohoda o cene vznikne aj tým, že kupujúci zaplatí cenu tovaru vo výške požadovanej predávajúcim. Pravidlá dohodovania cien tovarov sú v zákone založené na tom, že ide o slobodné rozhodnutie kupujúceho a predávajúceho uzatvoriť alebo neuzatvoriť zmluvný vzťah, pričom uvedenému zodpovedajú nielen vymedzenie pojmu „cena“, ale aj základné pravidlo, že dohoda o cene je dohodou o výške ceny alebo dohodou o spôsobe, akým sa cena tvorí, a to za podmienky, že takýto spôsob cenu dostatočne určuje.¹¹⁵

¹¹⁵KOLEMBUS, A.: Zákon o cenách. Komentár. In *Poradca podnikateľa*, č. 4 -5 (2009), s. 183-202, s. 188.

Pri dohodovaní ceny je záväzné vymedzenie tovaru názvom, prípadne aj číselným kódom colného sadzovníka alebo číselným kódom podľa osobitného predpisu, jednotkou množstva, kvalitatívnymi a dodacími podmienkami alebo inými podmienkami dohodnutými dohodou strán.

Súčasťou ceny tovaru vymedzeného dohodnutými podmienkami môžu byť úplne alebo sčasti náklady na obstaranie, spracovanie, obeh tovaru a zisk. Ak nie je dohodnuté alebo osobitným predpisom ustanovené inak, súčasťou ceny sú aj daň z pridanej hodnoty, príslušná spotrebná daň a pri dovážanom tovare aj clo a iné platby vyberané v rámci uplatňovania nesadzobných opatrení ustanovené osobitnými predpismi. Zároveň podľa zákona o cenách sa cena platená v hotovosti zaokrúhľuje na 5 eurocentov; celkový zvyšok nezaokrúhlenej ceny platenej v hotovosti, ktorý je nižší ako polovica hodnoty 5 eurocentov, sa zaokrúhľuje nadol a celkový zvyšok nezaokrúhlenej ceny platenej v hotovosti, ktorý je rovný alebo vyšší ako polovica hodnoty 5 eurocentov, sa zaokrúhľuje nahor. Ak je cena platená v hotovosti súčtom cien za viac kusov toho istého tovaru alebo viac kusov rôznych tovarov, zaokrúhľuje sa takto až výsledná cena platená v hotovosti. Cena platená v hotovosti vo výške 1 eurocent alebo 2 eurocenty sa zaokrúhľuje na 5 eurocentov. Predmetné zaokrúhľovanie ceny nie je porušením cenovej disciplíny podľa zákona o cenách.

V zákone o cenách ďalej zákonodarca okrem iného stanovuje opatrenia na zamedzenie nežiaduceho cenového vývoja. Medzi tieto opatrenia patria:

- a) **regulácia cien,**
- b) **zákaz dohodnúť neprimeranú cenu.**

Ad a): Zákon o cenách určuje situácie, keď musí dôjsť k ingerencii zo strany štátu pri regulácii cien. Regulácia cien predstavuje situáciu, keď dochádza k určeniu ceny alebo určeniu záväzného spôsobu vytvorenia ceny tovaru a podmienok regulácie cien cenovými orgánmi.

Cenovými orgánmi podľa zákona o cenách sú:

- Ministerstvo financií SR,
- Ministerstvo zdravotníctva SR,
- Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR,
- iný orgán štátnej správy, ak tak ustanovuje osobitný predpis, teda:
 - Úrad pre reguláciu sieťových odvetví pre oblasť elektroenergetiky, tepelnej energetiky, plynárenstva a vodného hospodárstva vrátane dodávky pitnej vody a odvádzania odpadových vôd a
 - Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb pre oblasť elektronických komunikácií a poštových služieb,

- vyšší územný celok,
- obec,
- správy finančnej kontroly,
- Slovenská obchodná inšpekcia a
- vláda Slovenskej republiky.

Pri regulácii cien sa vychádza z ekonomicky oprávnených nákladov a primeranej ziskovej prirážky, pričom ekonomicky oprávnené náklady a primeraná zisková prirážka sa preukazujú účtovnými dokladmi, kalkuláciami nákladov a zisku, inými dokladmi odôvodňujúcimi výšku ceny a dokladmi, ktoré si vyžiada cenový orgán.

Cenové orgány môžu regulovať ceny tovaru, ak:

- (i) vznikne mimoriadna trhová situácia s priamym vplyvom na ceny tovarov na tuzemskom trhu ohrozujúcim cenovú stabilitu alebo dostupnosť tovarov,
- (ii) dôjde k ohrozeniu trhu vplyvom nedostatočne rozvinutého konkurenčného prostredia, pričom pri posudzovaní stavu konkurenčného prostredia sa vyžaduje stanovisko Protimonopolného úradu Slovenskej republiky,
- (iii) si to vyžaduje ochrana spotrebiteľa alebo iný verejný záujem pri vyrovnávaní postavenia kupujúceho alebo predávajúceho pri tovare úplne alebo sčasti dotovanom z prostriedkov štátneho rozpočtu, štátnych fondov, medzinárodných zdrojov, vyšších územných celkov, obcí, zdravotných poisťovní alebo Sociálnej poisťovne alebo na ktorý sa poskytuje finančná pomoc zo zahraničia alebo z Európskej únie; a pri zmene kurzu slovenskej meny, daňových predpisov, colných predpisov alebo dotačných predpisov,
- (iv) ide o tovar, ktorého dodanie alebo poskytnutie sa považuje za podnikanie v sieťových odvetviach podľa osobitného predpisu,
- (v) ide o tovar, ktorého dodanie alebo poskytnutie sa považuje za univerzálnu poštovú službu alebo za službu poštového platobného styku, alebo
- (vi) ide o určenie maximálnej ceny nájmu bytov podľa osobitného predpisu, ktorým je zákon č. 222/2022 Z. z. o štátnej podpore nájomného bývania a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Regulácia cien sa uskutočňuje nasledujúcimi spôsobmi:

1. **úradným určením cien** – ide o určenie ceny vymedzeného druhu tovaru cenovými orgánmi ako maximálnej alebo pevnej, pričom maximálna cena je definovaná ako cena, ktorú nie je prípustné prekročiť a pevná cena predstavuje cenu, ktorú nie je prípustné zmeniť;

2. **vecným usmerňovaním cien**, ktorým sa rozumie určenie podmienok pre dohodovanie cien cenovým orgánom; týmito podmienkami sú:

- maximálny rozsah prípustného zvýšenia cien vo vymedzenom období alebo
- záväzný postup pri tvorbe ceny;

3. **kombináciou** spôsobov podľa bodov 1. a 2.

Ad b): Platná právna úprava zakotvuje tri situácie, v ktorých nemožno dohodnúť neprimeranú cenu:

1. Neprimeranú cenu nesmú dohodnúť predávajúci a kupujúci pri predaji alebo nákupe tovaru **pri vývoze a spätnom dovoze toho istého tovaru, na ktorý sa poskytujú dotácie zo štátneho rozpočtu alebo prostriedky štátnych fondov** alebo na ktorý sa poskytuje **finančná pomoc zo zahraničia alebo z Európskej únie**.
2. Neprimeranú cenu nesmie dohodnúť **predávajúci v dominantnom postavení podnikateľa pri predaji tovaru**. V zmysle zákona o ochrane hospodárskej súťaže majú dominantné postavenie na relevantnom trhu podnikateľ alebo niekoľko podnikateľov, ktorí nie sú vystavení podstatnej súťaži a ktorí sa vzhľadom na svoju ekonomickú silu môžu správať nezávisle. Zákonodarca v tomto zákone výslovne zakazuje zneužívanie dominantného postavenia na relevantnom trhu (bližšie o tejto problematike pozri podkapitolu 6.2.3. tejto učebnice).
3. Neprimeranú cenu nesmú dohodnúť **predávajúci alebo kupujúci, ak sú vo výhodnejšom hospodárskom postavení pri predaji alebo nákupe potravinárskych výrobkov**. Zákonodarca zároveň definuje pojem „výhodnejšie hospodárske postavenie“. Na účely zákona o cenách majú výhodnejšie hospodárske postavenie predávajúci alebo kupujúci, ktorí dojednávajú cenu na trhu bez toho, aby boli vystavení podstatnej cenovej súťaži vo vzťahu predávajúceho a kupujúceho, pričom výhodnejšie hospodárske postavenie predávajúceho alebo kupujúceho posudzuje príslušný cenový orgán podľa objemu predaného alebo nakúpeného tovaru, podielu na trhu, hospodárskej sily a finančnej sily, právnych alebo iných prekážok vstupu na trh, miery personálneho prepojenia alebo majetkového prepojenia s inými osobami na danom trhu a podľa iných skutočností rozhodujúcich pre posúdenie hospodárskeho postavenia subjektu na trhu.

V záujme transparentnosti procesov zákonodarca v zákone o cenách ukladá predávajúcim rôzne okruhy povinností, medzi ktoré zaraďujeme najmä nasledujúce:

- predávajúci, ktorý predáva tovar, na ktorý sa vzťahuje regulácia cien, je povinný viesť a uchovávať evidenciu o cenách tovaru (tzv. cenovú evidenciu) vrátane kalkulácií nákladov a zisku tri roky po predaji tovaru; za cenovú evidenciu sa považujú doklady

obsahujúce vymedzenie predávaného tovaru, spôsob vytvorenia ceny a výšku ceny tohto tovaru;

- fyzické osoby a právnické osoby sú povinné bezplatne poskytovať informácie a údaje, ktoré si cenové orgány vyžadujú napríklad pre potreby vyhodnocovania vývoja cien, regulácie cien, cenovej kontroly;
- každý tovar musí byť pri predaji označený cenou platnou v čase ponuky, a to cenovkou, informáciou o cene formou cenníka, vývesky alebo iným primeraným spôsobom;
- ak ide o predaj tovaru vo väčšom rozsahu na podnikateľské účely, je predávajúci povinný predložiť kupujúcemu ponukový cenník, ktorý okrem ceny tovaru obsahuje aj dohodnuté podmienky;
- ak je tovar určený na konečnú spotrebu, výrobca môže uviesť v ponukovom cenníku, katalógu, propagačných podkladoch alebo na obale tovaru cenu s označením „odporúčaná spotrebiteľská cena“.

V súlade so zákonom NR SR č. 10/1996 Z. z. o kontrole v štátnej správe v znení neskorších predpisov sa uskutočňuje **cenová kontrola**. Vo všeobecnosti možno konštatovať, že kontrola zabezpečuje poznávanie skutočností, bez ktorého nemožno predvídať vývoj kontrolovaného javu a správne určiť budúce ciele, pričom zároveň umožňuje zisťovať a následne odstraňovať nežiaduce odchýlky zistené v priebehu vykonávania kontrolnej činnosti, a tak ovplyvňovať výsledky činností kontrolovaných výsledkov.¹¹⁶

Predmetom cenovej kontroly u predávajúceho a kupujúceho (ďalej len „kontrolovaný subjekt“) je:

- zisťovanie, či kontrolovaný subjekt dodržiava tento zákon a všeobecne záväzné právne predpisy a rozhodnutia v oblasti cien (ďalej len „cenové predpisy“),
- overovanie správnosti podkladov predkladaných na účely vyhodnocovania vývoja cien, regulácie cien a pre konanie o porušení cenovej disciplíny,
- ukladanie opatrení na nápravu zistených nedostatkov.

Cenovú kontrolu realizujú cenové orgány uvedené vyššie.

Predávajúci poruší cenovú disciplínu, ak:

- predá tovar za vyššiu ako maximálnu cenu alebo inú ako pevnú cenu,
- pri predaji tovaru za úradne určenú cenu (ktorá bola určená ako maximálna alebo pevná) nespĺní podmienku, ktorú určil cenový orgán na uplatnenie tejto ceny,
- nedodrží podmienky regulácie cien,

¹¹⁶ŠKULTÉTY, P. a kol.: *Správne právo hmotné. Všeobecná časť*. Bratislava : VO PraF UK, 2006, s. 33.

- nesplní povinnosti vzťahujúce sa predovšetkým na cenovú evidenciu a cenové informácie alebo odovzdá cenovému kontrolnému orgánu nepravdivé údaje.

Kupujúci poruší cenovú disciplínu, ak kúpi tovar za inú cenu ako takú, ktorá bola určená ako maximálna alebo pevná.

Ak cenové kontrolné orgány zistia porušenie cenovej disciplíny kontrolovaným subjektom, ktorým môže byť tak predávajúci, ako aj kupujúci, uložia mu **pokutu** vo výške od 30.000 eur až do päťnásobku rozdielu medzi dohodnutou cenou a cenou, ktorá mala byť dohodnutá v súlade s cenovými predpismi, pričom na účely vyčíslenia sa výška rozdielu posudzuje podľa skutočne realizovaných úhrad, resp. do 75.000 eur, ak sa tento rozdiel nedá vyčísliť. Ak cenový kontrolný orgán opakovane zistí porušenie cenovej disciplíny v priebehu 12 mesiacov, môže kontrolovanému subjektu uložiť pokutu až do 150.000 eur a podať podnet na zrušenie živnostenského oprávnenia. Uložením pokuty nie je dotknuté **právo na vydanie bezdôvodného obohatenia** (podľa § 451 a nasl. Občianskeho zákonníka) tomu, na úkor koho sa získalo. Zákonodarca ďalej ustanovuje, že ak toto bezdôvodné obohatenie nemožno vydať tomu, na úkor koho sa získalo, stane sa príjmom štátneho rozpočtu.¹¹⁷

V konaní o porušení cenovej disciplíny v prvom stupni rozhodujú cenové orgány (okrem vlády Slovenskej republiky). V prípade, ak v konaní o porušení cenovej disciplíny v prvom stupni rozhodujú vyššie územné celky alebo obce, alebo správy finančnej kontroly, alebo Slovenská obchodná inšpekcia, je druhostupňovým odvolacím orgánom Ministerstvo financií Slovenskej republiky. V prípade, že prvostupňovým orgánom je iný cenový orgán, než je uvedené v predchádzajúcej vete, v druhom stupni o opravnom prostriedku (tzv. rozklade) rozhoduje vedúci tohto orgánu (minister alebo predseda).

8.1.3. Transferové oceňovanie

S cenotvorbou úzko súvisí aj problematika tzv. transferového oceňovania. Vo všeobecnosti možno konštatovať, že snahou nadnárodných spoločností je mať čo najnižšiu

¹¹⁷V tejto súvislosti sa javí ako vhodné venovať pozornosť právnomu inštitútu bezdôvodného obohatenia. Právny vzťah z bezdôvodného obohatenia je mimozmluvným záväzkovým vzťahom, z ktorého vzniká obohatenému povinnosť vydať to, o čo sa obohatil, a tomu, na koho úkor k obohateniu došlo, právo požadovať vydanie všetkého, o čo sa povinný obohatil (pozri ŠTURSOVÁ, L.: Institut bezdôvodného obohaceni de lege ferenda. In *Právnik*, č. 3 (2008), s. 295-306, s. 295). Podľa § 451 ods. 2 Občianskeho zákonníka bezdôvodným obohatením je majetkový prospech získaný plnením bez právneho dôvodu, plnením z neplatného právneho úkonu alebo plnením z právneho dôvodu, ktorý odpadol, ako aj majetkový prospech získaný z nepoctivých zdrojov. Podstatu predmetného právneho inštitútu teda predstavuje transfer neoprávnene získaných majetkových hodnôt, aby sa obnovila narušená rovnováha v majetkovej sfére konkrétnych subjektov (pozri HRNČIŘÍK, V.: (Polo)pravda o výši bezdôvodného obohaceni při investicích do cizí nemovitosti. In *Právní rozhledy*, č. 1 (2010), s. 13-20, s. 15).

efektívnu daňovú sadzbu, resp. čo najnižšie odvody daní.¹¹⁸ Ide o logický následok skutočnosti, že prirodzeným motívom ekonomického snaženia sa každého podnikateľského subjektu je dosahovanie zisku a jeho maximalizácia a taktiež bude legitímnou snahou podnikateľa minimalizovať svoj základ dane z príjmov a tým aj daňovú povinnosť.¹¹⁹ Dosahovanie zisku a snaha o jeho maximalizáciu sa rovnako vzťahuje aj na skupinu závislých osôb, predovšetkým však platí pre celok, nie nevyhnutne pre jeho jednotlivých členov.¹²⁰

Jednotliví členovia skupiny závislých osôb sú mnohokrát z územného hľadiska situovaní v rôznych jurisdikciách s rôznymi daňovými systémami s rôznym daňovým zaťažením a v prípade, že sú podmienkami transakcií medzi závislými osobami zásadným spôsobom ovplyvnené ich výsledky hospodárenia pred zdanením, môžu byť analogicky podmienkami týchto transakcií ovplyvnené aj ich základy dane z príjmov.¹²¹ Za predpokladu, že ceny transakcií medzi závislými osobami nezodpovedajú vnútornej hodnote predmetov týchto transakcií, nezodpovedajú ekonomickej podstate ani výsledky hospodárenia a základy dane z príjmov jednotlivých členov skupiny závislých osôb.¹²² Predmetná skutočnosť má vplyv na výšku daňových príjmov dotknutých krajín.¹²³ Riziko späté s manipuláciou cien je zrejmé v cezhraničnej súvislosti, kde sú daňové sadzby medzi krajinami odlišné a zdaniteľný zisk môže byť presunutý do krajiny s nízkym daňovým zaťažením prostredníctvom manipulácie s cenou transakcie s cieľom dosiahnutia nadhodnoteného nákladu v štáte s vysokým daňovým zaťažením,¹²⁴ a to za účelom dosiahnutia nadhodnoteného nákladu v krajine s vysokým daňovým zaťažením alebo podhodnoteného výnosu v krajine s vysokým daňovým zaťažením.¹²⁵

V nadväznosti na uvedené je potrebné venovať pozornosť pojmu transferové oceňovanie. Ide o metódu prevodu tovarov alebo služieb v rámci spoločnosti alebo skupiny spoločností a jeho správne ocenenie.¹²⁶ Transferové oceňovanie možno z účtovného hľadiska považovať aj za súčasť systému riadenia spoločnosti, ktorá má stanovené dva ciele, a to podporu cieľovej kongruencie a zabezpečenie vhodného systému merania a hodnotenia výkonnosti, pričom správne určenie transferových cien by malo zabezpečovať

¹¹⁸SOLILOVÁ, V., NERUDOVA, D.: *Transferové ceny*. Praha : Wolters Kluwer, 2019, s. 2.

¹¹⁹SENEŠI, N., MÁZIKOVÁ, K.: *Transakcie medzi spriaznenými osobami v kontexte účtovníctva*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2018, s. 22.

¹²⁰Tamže.

¹²¹Tamže, s. 23.

¹²²Tamže.

¹²³Tamže.

¹²⁴Tamže.

¹²⁵Tamže.

¹²⁶BIRCHALL, A.: *Financial Analysis and Control: Financial Awareness for Students and Managers*. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2014, s. 168.

identifikovanie miery ziskovosti divízie, produktových línií, dcérskych spoločností, čo bližšie reflektuje a ohodnocuje výkonnosť subjektu.¹²⁷

Problematiku transferového oceňovania v slovenskom právnom poriadku reguluje predovšetkým zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o dani z príjmov“). Tento normatívny právny akt okrem iného zavádza legálnu definíciu pojmu „závislá osoba“. Na účely zákona o dani z príjmov sa závislou osobou rozumie:

1. blízka osoba (podľa § 116 a § 117 OZ je ňou príbuzný v priamom rade, súrodenec a manžel; iné osoby v pomere rodinnom alebo obdobnom sa pokladajú za osoby sebe navzájom blízke, ak by ujmu, ktorú utrpela jedna z nich, druhá dôvodne pociťovala ako vlastnú ujmu),
2. ekonomicky, personálne alebo inak prepojená osoba alebo subjekt,
3. osoba alebo subjekt, ktoré sú na účely konsolidácie podľa § 22 zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve súčasťou konsolidovaného celku.

Ďalej zákonodarca zákone o dani z príjmov zakotvuje, že pri určení základu dane závislej osoby je jeho súčasťou aj rozdiel, o ktorý sa ceny alebo podmienky vo významných kontrolovaných transakciách líšia od cien alebo podmienok, ktoré by sa použili medzi nezávislými osobami v porovnateľných transakciách, pričom tento rozdiel znižuje základ dane alebo zvyšuje daňovú stratu; zároveň zákonodarca v tomto zákone uvádza, že za významnú kontrolovanú transakciu alebo skupinu kontrolovaných transakcií sa na účely určenia základu dane závislej osoby považuje právny vzťah alebo iný obdobný vzťah, na základe ktorého v príslušnom zdaňovacom období jedna alebo viac závislých osôb dosiahne zdaniteľný príjem (výnos) alebo daňový výdavok (náklad) v hodnote prevyšujúcej 10.000 eur, pričom za významnú kontrolovanú transakciu sa považuje aj úver alebo pôžička s istinou nad 50.000 eur.

V § 18 zákona o dani z príjmov nachádzame zakotvený princíp nezávislého vzťahu. Princíp nezávislého vzťahu (tzv. *arm's length principle*) je založený na porovnávaní podmienok dohodnutých v kontrolovaných transakciách medzi závislými osobami s podmienkami, ktoré by medzi sebou dohodli nezávislé osoby v porovnateľných transakciách za porovnateľných okolností v príslušných obdobiach.¹²⁸ Zákon o dani z príjmov však neustanovuje spôsob, ako možno stanoviť ceny v súlade s princípom nezávislého vzťahu a ako túto skutočnosť preukazovať správcovi dane.¹²⁹ Z tohto dôvodu boli vydané Usmernenie Ministerstva financií

¹²⁷COOPER, J. a kol.: *Transfer Pricing and Developing Economies: A Handbook for Policy Makers and Practitioners*. Washington, DC : World Bank Publications, 2017, s. 4.

¹²⁸JELÍNEK, M.: *Transferové oceňovanie: metódy, stála prevádzkareň, závislé osoby*. Bratislava : Verlag Dashöfer, 2019, s. 3.

¹²⁹Tamže.

Slovenskej republiky č. MF/020061/2022-724 o určení obsahu dokumentácie podľa § 17 ods. 7 a § 18 ods. 1 zákona č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov a Metodický pokyn Finančného riaditeľstva Slovenskej republiky k aplikácii metód transferového oceňovania.¹³⁰

V platnej právnej úprave je ustanovené, že pri zisťovaní spôsobu určenia cien a podmienok na účely určenia základu dane závislej osoby, ktoré by sa použili medzi nezávislými osobami v porovnateľných transakciách, sa použijú metódy podľa zákona o dani z príjmov, alebo ich vzájomná kombinácia. V ďalšom texte ich rámcovo rozoberieme.

Podľa § 18 ods. 2 zákona o dani z príjmov **metódy, ktoré vychádzajú z porovnávanía ceny**, sú:

- **metóda nezávislej trhovej ceny**, pri ktorej sa porovnáva cena prevodu majetku alebo služby dohodnutá medzi závislými osobami s porovnateľnou nezávislou trhovou cenou dohodnutou medzi nezávislými osobami; ak je medzi týmito cenami rozdiel, cena dohodnutá medzi závislými osobami sa nahradí nezávislou trhovou cenou, ktorú by použili nezávislé osoby v porovnateľných právnych vzťahoch alebo iných obdobných vzťahoch za porovnateľných podmienok,
- **metóda následného predaja**, pri ktorej sa cena prevodu majetku nakúpeného závislou osobou prepočíta na nezávislú trhovú cenu z ceny, za ktorú táto závislá osoba majetok opätovne predáva nezávislej osobe, zníženej o obvyklú výšku hrubej ziskovej marže porovnateľných nezávislých predajcov,
- **metóda zvýšených nákladov**, pri ktorej sa nezávislá trhovú cena vypočíta zo skutočných priamych a nepriamych nákladov majetku alebo služby prevádzanej medzi závislými osobami, zvýšených o sumu hrubej ziskovej prirážky uplatňovanej tým istým dodávateľom vo vzťahu k nezávislým osobám alebo o sumu hrubej ziskovej prirážky, ktorú by uplatňovala nezávislá osoba v porovnateľnom obchode za porovnateľných podmienok.

V súlade s § 18 ods. 3 zákona o dani z príjmov **metódy, ktoré vychádzajú z porovnávanía zisku**, sú:

- **metóda delenia zisku**, ktorá vychádza z takého delenia zisku dosiahnutého závislými osobami, aké by uplatnili nezávislé osoby pri spoločnom podnikaní pri dodržaní princípu nezávislého vzťahu,

¹³⁰Tamže.

- **metóda čistého obchodného rozpätia**, ktorá zisťuje výšku čistej ziskovej prirážky alebo čistej ziskovej marže z právneho vzťahu alebo obdobného vzťahu medzi závislými osobami vo vzťahu k nákladom, tržbám alebo inej základni, ktorú porovnáva s čistou ziskovou prirážkou alebo čistou ziskovou maržou používanou vo vzťahu k nezávislým osobám.

Daňovník je oprávnený písomne požiadať príslušného správcu dane (t. j. príslušný daňový úrad) o vydanie rozhodnutia o odsúhlasení použitia konkrétnej z týchto metód alebo inej metódy a spôsobu určenia ceny (ďalej len „rozhodnutie o odsúhlasení použitia metódy ocenenia“) najneskôr 60 dní pred začiatkom zdaňovacieho obdobia, počas ktorého by sa mala odsúhlasená metóda ocenenia uplatňovať.

Nedostatočné uplatňovanie dostupných právnych prostriedkov zo strany štátov vytvára priestor pre nežiaduce správanie daňových subjektov, čoho výsledkom môžu byť daňové úniky spojené s úbytkom na daňových výnosoch týchto štátov.¹³¹

Riešenie medzinárodných problémov v oblasti transferových cien upravujú bilaterálne medzinárodné zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia, ktoré definujú princíp nezávislého vzťahu a uvádzajú, akým spôsobom má postupovať správca dane pri jeho nedodržaní.¹³² Uspokojivé riešenie tejto problematiky je preto možné len súčasným zohľadnením vnútroštátnych a medzinárodných aspektov.

8.2. FORMY PLATENIA CENY ZA TOVAR A SLUŽBY

8.2.1. Hotovostné platby

Právne predpisy upravujú viaceré formy platenia za tovar a služby. Len jedna z nich je obligatórna, a to platba hotovosťou, ktorá je s účinnosťou od 1. 7. 2023 zakotvená dokonca v Ústave. Cieľom zavedenia tohto tzv. **práva na hotovosť** je podľa dôvodovej správy k novele Ústavy ochrana súkromia¹³³, keďže hotovostná platba na rozdiel od iných foriem platenia nezanechá digitálnu či inú stopu. Čl. 39a ods. 2 Ústavy garantuje každému právo vykonať platbu za nákup tovarov a poskytnutie služieb v hotovosti **zákonným platidlom**¹³⁴, pričom

¹³¹KOČIŠ, M.: *Úvod do práva transferového oceňovania*. Wolters Kluwer : Bratislava, 2015, s. 42.

¹³²JELÍNEK, M.: *Transferové oceňovanie: metódy, stála prevádzkareň, závislé osoby*. Bratislava : Verlag Dashöfer, 2019, s. 3-4.

¹³³<https://www.nrsr.sk/web/Dynamic/DocumentPreview.aspx?DocID=524797>.

¹³⁴Podľa § 15 ods. 1 zákona č. 566/1992 Zb. o Národnej banke Slovenska sú zákoným platidlom v eurozóne a zúčastnených tretích štátoch eurobankovky a euromince vrátane pamätných euromincí. Zákoným platidlom v Slovenskej republike (nie však v iných štátoch eurozóny) sú aj zberateľské euromince, ktoré nie sú primárne

prijatie takejto platby možno odmietnuť len z primeraných alebo všeobecne uplatňovaných dôvodov. Tieto dôvody sú podrobnejšie špecifikované predovšetkým v zákone č. 394/2012 Z. z. o obmedzení platieb v hotovosti, podľa ktorého **sa zakazuje platba v hotovosti prevyšujúca 15.000 eur** (§ 4) alebo zodpovedajúcu sumu v inej mene (§ 6). Zákon zároveň určuje výnimky z tohto pravidla (napr. v rámci realizácie bankového platobného styku, poštového platobného styku, zmenárenských operácií, v čase krízovej situácie či mimoriadnej situácie a pod.). Pokiaľ hotovostná platba prevýši uvedený limit, nespôsobuje to neplatnosť právneho úkonu, na základe ktorého bola platba vykonaná, keď však takú platbu vykoná alebo prijme fyzická osoba – nepodnikateľ, dopúšťa sa priestupku, za ktorý je možné uložiť pokutu do 10.000 eur, a keď takú platbu vykoná alebo prijme právnická osoba alebo fyzická osoba – podnikateľ, dopustí sa tzv. iného správneho deliktu, za ktorý môže byť sankcionovaná až do výšky 150.000 eur.

Ďalším dôvodom odmietnutia platby v hotovosti je odmietnutie vykonania obchodu podľa zákona č. 297/2008 Z. z. o ochrane pred legalizáciou príjmov z trestnej činnosti a o ochrane pred financovaním terorizmu a o ochrane pred financovaním terorizmu a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „ZAML“). Ak povinná osoba podľa tohto zákona¹³⁵ nemôže od klienta zistiť zákonom špecifikované informácie a ide o transakciu v hotovosti prevyšujúcu 10.000 eur alebo ak je zjavné, že klient koná v mene niekoho iného a odmietne preukázať, v mene koho, musí vykonanie obchodu s ním odmietnuť (§ 15 v spojení s § 10 ods. 1 a 2 ZAML).

Každý podnikateľ je povinný prijatie platby v hotovosti (okrem zákonom stanovených výnimiek) zaevidovať ako tržbu elektronickou registračnou pokladnicou alebo pokladnicou e-kasa klient (t. j. on-line registračnou pokladnicou alebo virtuálnou pokladnicou) podľa zákona č. 289/2008 Z. z. o používaní elektronickej registračnej pokladnice.

Zaokrúhľovanie cien platených v hotovosti upravuje zákon o cenách, o tejto problematike sme sa už zmienili v podkapitole 8.1.2.

určené na peňažný obeh. V Slovenskej republike má výlučné právo vydávať zákonné platidlá Národná banka Slovenska.

¹³⁵Medzi povinné osoby patria najmä finančné inštitúcie, niektoré slobodné povolania v oblastiach práva a ekonómie (napr. advokát, notár, daňový poradca, audítor), ale napr. aj realitné kancelárie, prevádzkovatelia aukčných siení, obchodníci s drahými kovmi, drahými kameňmi, umeleckými dielami či starožitnosťami pri obchode nad 10.000 eur. Taxatívny zoznam povinných osôb obsahuje ustanovenie § 5 ods. 1 ZAML.

Obdobnú povahu ako hotovostné platby majú platby rôznymi poukážkami (napr. zľavovými kupónmi, stravnými lístkami a pod.), zmenkami, šekmi, cestovnými šekmi, prípadne inými listinnými cennými papiermi¹³⁶.

8.2.2. Bezhotovostné platby

Popri hotovostných je väčšinou možné realizovať aj bezhotovostné platby, ich prijímanie však **nie je povinnosťou podnikateľa**. Bezhotovostné platby je v Slovenskej republike možné realizovať:

- a) ako platobné služby prostredníctvom poskytovateľov platobných služieb (§ 2 ods. 1 a 3 zákona č. 492/2009 Z. z. o platobných službách, ďalej len „ZPS“),
- b) prostredníctvom poštového platobného styku (§ 2 ods. 8, § 7 ods. 5 zákona č. 324/2011 Z. z. o poštových službách),
- c) ako platobné operácie vykonávané poskytovateľom elektronických komunikačných sietí alebo služieb (§ 1 ods. 3 písm. l) ZPS),
- d) ako platby vykonávané platobnými prostriedkami vydanými tzv. limitovanými poskytovateľmi (§ 1 ods. 3 písm. k) ZPS)
- e) prostredníctvom peňaženky virtuálnej meny.

Ad a): Poskytovateľom **platobných služieb** je predovšetkým banka, platobná inštitúcia (napr. Trust Pay, a.s. alebo BLIK SK a.s., ktorá je poskytovateľom služby VIAMO), inštitúcia elektronických peňazí (na Slovensku len jedna – SKPAY, a.s.)¹³⁷, ale aj poštový podnik (pozri ďalej). Platobná služba zahŕňa najmä vklad na účet a prevod finančných prostriedkov z účtu na účet úhradou, platobnou kartou alebo iným platobným prostriedkom (najmä internet bankingom, prostredníctvom mobilnej aplikácie či služby GooglePay alebo ApplePay a pod.) alebo inkasom.

Ad b): **Poštový platobný styk** je dodanie peňazí podľa údajov v poštovom poukaze poukázaných odosielateľom adresátovi na výplatu v hotovosti alebo sprostredkovaním pripísania na bankový účet. Realizuje ho poštový podnik na základe všeobecného povolenia Úradu pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb (napr. Slovenská pošta, a.s. alebo DHL Express Slovakia spol. s r. o.). Poštový platobný styk je iniciovaný operáciou odosielateľa voči poštovému podniku (zvyčajne hotovostnou). V súčasnosti je skôr na ústupe.

¹³⁶Sústava cenných papierov je uvedená v § 2 ods. 2 zákona č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch a investičných službách.

¹³⁷<https://subjekty.nbs.sk/?s=930>.

Poštový podnik, ktorý je oprávnený poskytovať poštový platobný styk, je oprávnený poskytovať aj platobné služby ad a).

Ad c): Táto forma bezhotovostných platieb zahŕňa **platobné operácie** vykonávané podnikom poskytujúcim elektronické komunikačné siete alebo elektronické komunikačné služby **podľa zákona č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách** (bližšie pozri podkapitolu 7.2.2.), pričom:

- tieto platobné operácie sú poskytované ako doplnková služba k elektronickým komunikačným službám poskytovaných používateľovi,
- suma platobnej operácie je zahrnutá do súvisiacej faktúry od podniku,
- suma jednotlivej platobnej operácie nepresiahne 50 eur a celková suma platobných operácií nepresiahne 300 eur mesačne pre jedného klienta,
- tieto platobné operácie sú určené na kúpu digitálneho obsahu, hlasových služieb alebo cestovných lístkov.

Z uvedeného je zrejmé, že ide o málo významnú formu bezhotovostných platieb.

Ad d): Platobné prostriedky vydané limitovanými poskytovateľmi sa môžu používať len obmedzene alebo len na osobitný účel (napr. palivové karty Slovnaft, stravovacie karty Callio či vernostné karty umožňujúce platiť aspoň časť ceny tovaru alebo služby a pod.).

Ad e): Podnikanie spočívajúce v poskytovaní **peňaženky virtuálnej meny** je viazanou živnosťou a takýto živnostník je zároveň povinnou osobou podľa ZAML (§ 5 ods. 1 písm. o)). Virtuálna mena je v slovenskom právnom poriadku definovaná ako digitálny nositeľ hodnoty, ktorý nie je vydaný ani garantovaný centrálnou bankou, ani orgánom verejnej moci, nie je nevyhnutne naviazaný na zákonné platidlo, a ktorý nemá právny status meny ani peňazí, ale je akceptovaný niektorými fyzickými osobami alebo právnickými osobami ako nástroj výmeny, ktorý možno elektronicky prevádzať, uchovávať alebo s ním elektronicky obchodovať (§ 9 písm. l) ZAML)¹³⁸. Poskytovateľ služby peňaženky virtuálnej meny je definovaný ako osoba, ktorá poskytuje služby na ochranu súkromných kryptografických kľúčov v mene jej klientov, na držbu, uchovávanie a prevod virtuálnej meny (§ 9 písm. n) ZAML). Platenie virtuálnou menou inak nie je v slovenskom právnom poriadku regulované. Od 30. 12. 2024 však v celej

¹³⁸K definovaniu tohto pojmu v iných právnych poriadkoch a teoretickej definícii pozri DAUDRIKH, Y.: *Regulácia ochrany pred legalizáciou príjmov z trestnej činnosti a financovaním terorizmu v korelácii uplatnenia zvýšenej starostlivosti o klienta. Vedecká monografia.* Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022, s. 82-89.

EÚ nadobudne účinnosť nové Nariadenie o trhoch s kryptoaktívami nazývané aj MiCA (*Markets in Crypto-Assets Regulation*)¹³⁹.

Na záver je potrebné uviesť, že ZOS **zakazuje** predávajúcemu (dodávateľovi) **účtovať spotrebiteľovi poplatky**:

- za použitie platobného prostriedku alebo
- vo výške prevyšujúcej skutočné náklady, ktoré mu vznikli v súvislosti s používaním iného spôsobu platby než je platobný prostriedok.

Použitá literatúra

1. BIRCHALL, A.: *Financial Analysis and Control: Financial Awareness for Students and Managers*. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2014, ISBN 978-075-060-133-7, 200 s.
2. COOPER, J. a kol.: *Transfer Pricing and Developing Economies: A Handbook for Policy Makers and Practitioners*. Washington, DC : World Bank Publications, 2017, ISBN: 978-1-4648-0969-9, 388 s.
3. DAUDRIKH, Y.: *Regulácia ochrany pred legalizáciou príjmov z trestnej činnosti a financovaním terorizmu v korelácii uplatnenia zvýšenej starostlivosti o klienta. Vedecká monografia*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022, ISBN 978-80-7676-414-9, 180 s.
4. FENDEKOVÁ, E., KUFELOVÁ, I.: *Ceny a cenové rozhodovanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, ISBN 978-80-759-89-43-7, 332 s.
5. HANNA, N., DODGE, H. R.: *Pricing : zásady a postupy tvorby cen*. Praha : Management Press, 1997, ISBN 80-859-433-44, 204 s.
6. HRNČIŘÍK, V.: (Polo)pravda o výši bezdůvodného obohacení při investicích do cizí nemovitosti. In *Právní rozhledy*, č. 1 (2010), s. 13-20, ISSN 1210-6410.
7. JELÍNEK, M.: *Transferové oceňovanie: metódy, stála prevádzkareň, závislé osoby*. Bratislava : Verlag Dashöfer, 2019, ISBN 978-80-817-80-95-0, 87 s.
8. KAJANOVÁ, J.: *Náklady a ceny*. Bratislava : IRIS, 2005, ISBN 80-890-189-20, 152 s.
9. KOČIŠ, M.: *Úvod do práva transferového oceňovania*. Wolters Kluwer : Bratislava, 2015, ISBN 978-80-8168-226-1, 245 s.
10. KOLEMBUS, A.: Zákon o cenách. Komentár. In *Poradca podnikateľa*, č. 4-5 (2009), s. 183-202, ISSN 1335-1583.

¹³⁹Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2023/1114 z 31. mája 2023 o trhoch s kryptoaktívami a o zmene nariadení (EÚ) č. 1093/2010 a (EÚ) č. 1095/2010 a smerníc 2013/36/EÚ a (EÚ) 2019/1937 (Ú. v. EÚ L 150, 9. 6. 2023).

11. LIPIANSKA, J., HASPROVÁ, M.: *Cenové rozhodovanie v marketingu*. Bratislava : EKONÓM, 2009, ISBN 978-80-225-2335-6, 132 s.
12. LISÝ, J. a kol.: *Ekonomia v novej ekonomike*. Bratislava : IURA EDITION, 2005, ISBN 978-80-8078-164-4, 622 s.
13. OLÁH, M. a kol.: *Ceny v marketingu*. Bratislava : Elita, 2009, ISBN 978-80-970135-0-9, 241 s.
14. RAJŇÁK, M. a kol.: *Cenové rozhodovanie: tvorba, priority, stratégia*. Bratislava : Sprint vfra, 2002, ISBN 80-89085-07-5, 252 s.
15. REMEŇOVÁ, K.: Manažment cien ako kľúčový pilier rastu tržieb. In SZABO, L. a kol.: *Moderné trendy v manažmente a ich uplatňovanie v podnikoch na Slovensku*. Bratislava : EKONÓM, 2015, ISBN 978-80-225-4165-7, 233 s.
16. SIMON, H., FASSNACHT, M.: *Price management: Strategy, Analysis, Decision, Implementation*. New York : Springer International Publishing, 2019, ISBN 978-33-199-945-74, 558 s.
17. SENEŠI, N., MÁZIKOVÁ, K.: *Transakcie medzi spriaznenými osobami v kontexte účtovníctva*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2018, ISBN 978-80-816-875-49, 184 s.
18. SOLILOVÁ, V., NERUDOVÁ, D.: *Transferové ceny*. Praha : Wolters Kluwer, 2019, ISBN 978-80-7598-169-1, 316 s.
19. ŠKULTÉTY, P. a kol.: *Správne právo hmotné. Všeobecná časť*. Bratislava : VO PraF UK, 2006, ISBN 80-7160-183-7, 211 s.
20. ŠTURSOVÁ, L.: Institut bezdůvodného obohacení de lege ferenda. In *Právnik*. č. 3 (2008), ISSN 0231-6625, s. 295-306.
21. <https://www.nrsr.sk/web/Dynamic/DocumentPreview.aspx?DocID=524797>.
22. <https://subjekty.nbs.sk/?s=930>.
23. Právne predpisy podľa textu.

9. PRÁVNÁ REGULÁCIA DISTRIBÚCIE TOVAROV A SLUŽIEB

9.1. VŠEOBECNE O PRÁVNEJ REGULÁCII DISTRIBÚCIE TOVAROV A SLUŽIEB

9.1.1. Hodnotový a dodávateľský reťazec

Distribúciu definujeme ako súbor operácií, ktorými sa produkt (tovar alebo služba) z oblasti výroby odovzdáva k dispozícii spotrebiteľovi alebo používateľovi v správnom množstve, kvalite, cene, mieste a čase. Pri správnom nastavení daných atribútov môže dôjsť k úspešnej realizácii produktu na trhu, a to nielen na konečnom – spotrebiteľskom trhu (*business to consumer* – B2C), ale aj vo sfére B2B (*business to business*).¹⁴⁰

Autori Solomon, Marshall a Stuart rozlišujú medzi hodnotovým a dodávateľským reťazcom. Podľa nich **hodnotový reťazec** zahŕňa všetky aktivity (činnosti), ktorými podnikateľ vytvára produkty a služby, ktoré na druhej strane vytvárajú hodnotu pre zákazníka a prinášajú zisky podnikateľovi.¹⁴¹ Hodnotový reťazec pozostáva z týchto piatich základných činností (fáz)¹⁴²:

- **vnútorná logistika** je fáza, v rámci ktorej podnikateľ získava materiál potrebný na výrobu jeho produktov; zahŕňa obstaranie a prevzatie vstupného materiálu, jeho skladovanie a kontrolu zásob,
- **spracovanie** je fáza, v rámci ktorej dochádza k premene vstupného materiálu do podoby výsledného produktu; zahŕňa napr. strojovú výrobu, balenie a montáž,
- **vonkajšia logistika** je fáza, v rámci ktorej dochádza k doručeniu produktu zákazníkom,
- **marketing a predaj** sa týka reklamy, propagácie, voľby distribučných kanálov a cenotvorby,
- **služby** napomáhajú zvyšovať alebo udržať hodnotu produktu pomocou činností ako napr. jeho inštalácia alebo oprava.

Každá z týchto činností prináša produktu (výrobku alebo službe) určitú hodnotu, vďaka ktorej si nájdu svojho zákazníka.

¹⁴⁰HANULÁKOVÁ, E., DRÁBIK, P., ORESKÝ, M., ŽÁK, Š.: *Marketing. Nástroje, stratégie, ľudia a trendy*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 221.

¹⁴¹SOLOMON, M. R., MARSHALL, G. W., STUART, E. W.: *Marketing*. Brno: Computer Press, 2006, s. 458.

¹⁴²Tamže.

Naproti tomu pojem **dodávateľský reťazec** nezahŕňa činnosti, ale subjekty, a to všetkých podnikateľov, ktorí sa podieľajú na aktivitách nevyhnutných na premenu materiálov (surovín) na tovar alebo služby, a zabezpečuje ich cestu k zákazníkovi (spotrebiteľovi alebo inému podnikateľovi).¹⁴³ Dodávateľský reťazec je širší pojem ako **distribučný kanál**; distribučným kanálom označujeme poslednú časť dodávateľského reťazca, kam spadajú podnikatelia, ktorí majú za úlohu doručenie produktu koncovým zákazníkom.¹⁴⁴

Distribučný kanál môže byť priamy alebo nepriamy. **Priama distribúcia (priamy marketing)** znamená priamy predaj tovaru samotným výrobcom cez vlastné predajne konečnému zákazníkovi bez zapojenia ďalších subjektov. **Nepriama distribúcia** znamená, že výrobca zapojí do realizácie svojich produktov jeden subjekt alebo viacero ďalších subjektov (medičlánkov). Medzi tieto medičlánky patria napr. veľkoobchodník, jeho agent alebo maloobchodník.¹⁴⁵

Určité špecifiká oproti distribúcii tovarov má **distribúcia služieb**. Keďže služby sú nehmotné, ich poskytovatelia nemajú starosti so skladovaním, dopravou a inými záležitosťami spojenými s fyzickým nakladaním s produktmi. Vo väčšine prípadov teda služby putujú od ich poskytovateľa priamo k zákazníkovi. Niektoré služby však napriek tomu potrebujú sprostredkovateľa (agenta), ktorý pomáha zúčastneným subjektom uskutočniť obchod.¹⁴⁶ To platí najmä v prípade finančných služieb a služieb cestovného ruchu, ktorých distribúciu podrobnejšie popisujeme v tejto časti učebnice (pozri kapitoly 9.2. a 9.3.).

Právne prostredie je jedným zo základných aspektov, ktoré podnikateľ musí zohľadniť v rámci rozhodovania o stratégii distribúcie svojho produktu. Pri zohľadnení uvedeného členenia na hodnotový a distribučný reťazec môžeme aj aspekty právnej regulácie rozčleniť do týchto dvoch skupín:

1. regulácia činností v rámci distribúcie,
2. regulácia subjektov zapojených do procesu distribúcie.

9.1.2. Právna regulácia jednotlivých činností v procese distribúcie

Regulácia činností v rámci procesu distribúcie produktov (tovarov alebo služieb) je reprezentovaná jednak verejnoprávnymi a jednak súkromnoprávnymi normami.

¹⁴³Tamže.

¹⁴⁴Tamže.

¹⁴⁵KITA, J. a kol.: Marketing. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017, s. 285-286.

¹⁴⁶SOLOMON, M. R., MARSHALL, G. W., STUART, E. W.: *Marketing*. Brno: Computer Press, 2006, s. 471.

Verejnoprávnymi normami v tejto oblasti sú predovšetkým právne normy slovenského správneho práva, ale aj niektoré priamo aplikovateľné európske normy vytvárajúce určité štandardy na spoločnom európskom trhu.

Fáza vnútornej logistiky je regulovaná:

- a) v oblasti **obstarania a prevzatia vstupného materiálu** (napr. vo vzťahu k surovinám na prípravu jedál prevádzkovateľmi zariadení spoločného stravovania¹⁴⁷, zvieratám a surovinám živočíšneho pôvodu¹⁴⁸, destilátom¹⁴⁹ či tabakovým výrobkom¹⁵⁰),
- b) v oblasti **skladovania vstupného materiálu** (napr. vo vzťahu k potravinám¹⁵¹, vinárskym produktom¹⁵², surovinám na prípravu jedál prevádzkovateľmi zariadení spoločného stravovania¹⁵³, tabakovým výrobkom¹⁵⁴, hnojivám, hospodárskym hnojivám, sekundárnym zdrojom živín a kompostom¹⁵⁵, výbušnínám, výbušným predmetom, munícií a pyrotechnickým výrobkom¹⁵⁶, liehu¹⁵⁷, batériám¹⁵⁸ či biocídnym výrobkom¹⁵⁹),
- c) v oblasti **kontroly zásob** (napr. vo vzťahu k surovinám na prípravu jedál prevádzkovateľmi zariadení spoločného stravovania¹⁶⁰, jadrovému materiálu, rádioaktívnemu odpadu a vyhoretému jadrovému palivu či veterinárnym liekom, kde majú povinnosti veľkoobchodní distribútori veterinárných liekov¹⁶¹).

Fáza spracovania je regulovaná:

- a) v oblasti **výroby** (napr. vo vzťahu k výrobe liekov¹⁶², pričom táto regulácia zahŕňa najmä požiadavky na udelenie povolenia na túto činnosť, dodržiavanie požiadaviek správnej výrobnnej praxe, ustanovenie odborného zástupcu za výrobu humánneho a veterinárneho

¹⁴⁷Pozri § 26 ods. 4 písm. d) zákona č. 355/2007 Z. z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia v aktuálnom znení.

¹⁴⁸§ 37 ods. 2 písm. i) zákona č. 39/2007 Z. z. o veterinárnej starostlivosti v aktuálnom znení.

¹⁴⁹§ 2 ods. 3 písm. c) zákona č. 467/2002 Z. z. o výrobe a uvádzaní liehu na trh.

¹⁵⁰§ 2 a § 3 vyhlášky Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR č. 212/2012 Z. z., ktorou sa upravujú tabakové výrobky.

¹⁵¹§ 10 zákona č. 152/1995 Z. z. o potravinách v aktuálnom znení.

¹⁵²§ 29 zákona č. 313/2009 Z. z. o vinohradníctve a vinárstve v aktuálnom znení.

¹⁵³§ 26 ods. 4 písm. e) zákona č. 355/2007 Z. z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia v aktuálnom znení.

¹⁵⁴§ 15 zákona č. 335/2011 Z. z. o tabakových výrobkoch v aktuálnom znení.

¹⁵⁵§ 9 zákona č. 136/2000 Z. z. o hnojivách v aktuálnom znení.

¹⁵⁶§§ 17 až 22 zákona č. 58/2014 Z. z. o výbušnínách, výbušných predmetoch a munícií v aktuálnom znení.

¹⁵⁷§ 3 vyhlášky Ministerstva financií SR č. 537/2011 Z. z., ktorou sa stanovujú podrobnosti o kontrole výroby a obehu liehu.

¹⁵⁸Čl. 43 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2023/1542 z 12. júla 2023 o batériách a odpadových batériách, ktorým sa mení smernica 2008/98/ES a nariadenie (EÚ) 2019/1020 a zrušuje smernica 2006/66/ES (Ú. v. EÚ L 191, 28. 7. 2023).

¹⁵⁹Hlava I a hlava II Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 528/2012 z 22. mája 2012 o sprístupňovaní biocídných výrobkov na trhu a ich používaní (Ú. v. EÚ L 167, 27.6.2012).

¹⁶⁰§ 26 ods. 4 písm. e) zákona č. 355/2007 Z. z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia v aktuálnom znení.

¹⁶¹Čl. 101 bod 8. Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/6 z 11. decembra 2018 o veterinárných liekoch a o zrušení smernice 2001/82/ES (Ú. v. EÚ L 4, 7. 1. 2019).

¹⁶²§ 12 a nasl., §§ 138 a 139 zákona č. 362/2011 Z. z. o liekoch a zdravotníckych pomôckach v aktuálnom znení.

- lieku a pod.; vo vzťahu k výrobe kozmetických výrobkov¹⁶³, potravín¹⁶⁴, tabakových výrobkov¹⁶⁵, stavebných výrobkov¹⁶⁶ a i.),
- b) v oblasti **balenia** (napr. vo vzťahu k výrobkom v spotrebiteľskom balení¹⁶⁷, potravinám¹⁶⁸, nebezpečným látkam alebo zmesiam¹⁶⁹, tabakovým výrobkom¹⁷⁰, omamným a psychotropným látkam¹⁷¹, výbušnínám¹⁷², humánnym liekom¹⁷³ a i.),
- c) v oblasti **označovania** (napr. vo vzťahu k výrobkom v spotrebiteľskom balení¹⁷⁴, potravinám¹⁷⁵, nebezpečným látkam alebo zmesiam¹⁷⁶, tabakovým výrobkom¹⁷⁷, liehu¹⁷⁸, omamným a psychotropným látkam¹⁷⁹, výbušnínám, výbušným predmetom a munícií¹⁸⁰, humánnym liekom¹⁸¹, vinárskym produktom¹⁸² a i.),
- d) v oblasti **montáže** (napr. vo vzťahu k vozidlám na plynový pohon¹⁸³, strojovým zariadeniam¹⁸⁴, lanovkovým zariadeniam¹⁸⁵ a i.).

Fáza vonkajšej logistiky je regulovaná:

¹⁶³§ 43 ods. 1 písm. b) zákona č. 355/2007 Z. z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia v aktuálnom znení.

¹⁶⁴§ 5 zákona č. 152/1995 Z. z. o potravinách v aktuálnom znení.

¹⁶⁵§ 4 zákona č. 335/2011 Z. z. o tabakových výrobkoch v aktuálnom znení.

¹⁶⁶§ 12 zákona č. 133/2013 Z. z. o stavebných výrobkoch v aktuálnom znení.

¹⁶⁷§ 14 zákona č. 157/2018 Z. z. o metrológii v aktuálnom znení.

¹⁶⁸§ 8 zákona č. 152/1995 Z. z. o potravinách v aktuálnom znení.

¹⁶⁹Čl. 35 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1272/2008 z 16. decembra 2008 o klasifikácii, označovaní a balení látok a zmesí, o zmene, doplnení a zrušení smerníc 67/548/EHS a 1999/45/ES a o zmene a doplnení nariadenia (ES) č. 1907/2006.

¹⁷⁰§ 12 zákona č. 89/2016 Z. z. o výrobe, označovaní a predaji tabakových výrobkov a súvisiacich výrobkov v aktuálnom znení.

¹⁷¹§ 32 zákona č. 139/1998 Z. z. o omamných látkach, psychotropných látkach a prípravkoch v aktuálnom znení.

¹⁷²§ 9 zákona č. 58/2014 Z. z. o výbušnínach, výbušných predmetoch a munícií v aktuálnom znení.

¹⁷³§ 61 a § 62 zákona č. 362/2011 Z. z. o liekoch a zdravotníckych pomôckach v aktuálnom znení.

¹⁷⁴§ 14 zákona č. 157/2018 Z. z. o metrológii v aktuálnom znení.

¹⁷⁵§ 9 zákona č. 152/1995 Z. z. o potravinách v aktuálnom znení.

¹⁷⁶Hlava III Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1272/2008 z 16. decembra 2008 o klasifikácii, označovaní a balení látok a zmesí, o zmene, doplnení a zrušení smerníc 67/548/EHS a 1999/45/ES a o zmene a doplnení nariadenia (ES) č. 1907/2006.

¹⁷⁷§§ 6 až 10 zákona č. 89/2016 Z. z. o výrobe, označovaní a predaji tabakových výrobkov a súvisiacich výrobkov v aktuálnom znení, § 9 zákona č. 106/2004 Z. z. o spotrebnej dani z tabakových výrobkov v aktuálnom znení.

¹⁷⁸§§ 51 a nasl. zákona č. 530/2011 Z. z. o spotrebnej dani z alkoholických nápojov v aktuálnom znení.

¹⁷⁹§ 32 zákona č. 139/1998 Z. z. o omamných látkach, psychotropných látkach a prípravkoch v aktuálnom znení.

¹⁸⁰§ 21 ods. 10 a 11 zákona č. 58/2014 Z. z. o výbušnínach, výbušných predmetoch a munícií v aktuálnom znení.

¹⁸¹§ 61 zákona č. 362/2011 Z. z. o liekoch a zdravotníckych pomôckach v aktuálnom znení.

¹⁸²§ 28 zákona č. 313/2009 Z. z. o vinohradníctve a vinárstve v aktuálnom znení, Oddiel Ib Nariadenia rady (ES) č. 491/2009 z 25. mája 2009, ktorým sa mení a dopĺňa nariadenie (ES) č. 1234/2007 o vytvorení spoločnej organizácie poľnohospodárskych trhov a o osobitných ustanoveniach pre určité poľnohospodárske výrobky.

¹⁸³Šiesta hlava zákona č. 106/2018 Z. z. o prevádzke vozidiel v cestnej premávke v aktuálnom znení.

¹⁸⁴Príloha XI Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2023/1230 zo 14. júna 2023 o strojových zariadeniach a o zrušení smernice Európskeho parlamentu a Rady 2006/42/ES a smernice Rady 73/361/EHS (Ú. v. EÚ L 165, 29.6.2023).

¹⁸⁵Príloha II Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/424 z 9. marca 2016 o lanovkových zariadeniach a zrušení smernice 2000/9/ES (Ú. v. EÚ L 81, 31.3.2016).

- a) vo vzťahu k **distribúcii konkrétnych tovarov** (napr. kozmetických výrobkov¹⁸⁶, liekov¹⁸⁷, liehu¹⁸⁸, elektriny a plynu¹⁸⁹ a i.),
- b) vo vzťahu k **distribúcii konkrétnych služieb** (napr. finančných služieb priamou distribúciou¹⁹⁰ alebo nepriamou distribúciou¹⁹¹, pričom osobitný režim má distribúcia finančných služieb na diaľku¹⁹², elektronických komunikačných služieb¹⁹³, zázjazdov¹⁹⁴ a i.),
- c) vo vzťahu k **jednotlivým činnostiam v oblasti vonkajšej logistiky**, ako sú napr.:
- vyskladnenie,
 - preprava zahŕňajúca všetky jej formy (leteckú, námornú, vnútrozemskú vodnú, cestnú, železničnú, lanovú aj potrubnú),
 - manipulácia so zásielkou,
 - vedenia evidencie a pod.

Fázu marketingu a predaja nebudeme na tomto mieste samostatne rozoberať, keďže jej je venovaná prevažná časť tejto učebnice. Pristúpime preto rovno k fáze služieb.

Fáza služieb nie je komplexne právne regulovaná, ale v rámci snahy zaviesť v EÚ obehové hospodárstvo do roku 2050 v rámci Európskej zelenej dohody (*European Green Deal*), ktorej cieľom je dosiahnutie klimatickej neutrality do roku 2050, sa aj tu presadzujú viaceré iniciatívy. Napr. dňa 7. apríla 2022 prijal Európsky parlament uznesenie o tzv. **práve na opravu**.¹⁹⁵ Európsky parlament zdôrazňuje, že odpad z elektrických a elektronických zariadení je najrýchlejšie rastúcim tokom odpadu na svete (písm. I.), preto sa zameriava na tieto druhy tovaru. Európsky parlament chce nadviazať na skutočnosť, že v roku 2019 bolo prijatých niekoľko vykonávacích opatrení v rámci smernice o ekodizajne, ktorými sa zaviedli povinná

¹⁸⁶§ 43 ods. 1 písm. a) a o), ods. 2, 4 a 5 zákona č. 355/2007 Z. z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia v aktuálnom znení.

¹⁸⁷Piaty a Šiesty oddiel zákona č. 362/2011 Z. z. o liekoch a zdravotníckych pomôckach v aktuálnom znení.

¹⁸⁸§ 54 zákona č. 530/2011 Z. z. o spotrebnej dani z alkoholických nápojov v aktuálnom znení.

¹⁸⁹§§ 31, 34, 64 a 69 zákona č. 251/2012 Z. z. o energetike v aktuálnom znení.

¹⁹⁰Upravujú ich osobitné zákony regulujúce podnikanie na finančnom trhu, konkrétne zákon SNR č. 310/1992 Zb. o stavebnom sporení, zákon č. 483/2001 Z. z. o bankách, zákon č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch a investičných službách, zákon č. 43/2004 Z. z. o starobnom dôchodkovom sporení, zákon č. 650/2004 Z. z. o doplnkovom dôchodkovom sporení, zákon č. 39/2015 Z. z. o poisťovníctve, zákon č. 492/2009 Z. z. o platobných službách, zákon č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov, zákon č. 203/2011 Z. z. o kolektívnom investovaní, všetky v aktuálnom znení.

¹⁹¹Upravuje ju zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve v znení neskorších predpisov

¹⁹²Zákon č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku v aktuálnom znení.

¹⁹³Tretia časť zákona č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách v aktuálnom znení.

¹⁹⁴§§ 5-8 zákona č. 170/2018 Z. z. o zázjazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov v aktuálnom znení.

¹⁹⁵Uznesenie Európskeho parlamentu zo 7. apríla 2022 o práve na opravu (2022/2515(RSP)) (Ú. v. EÚ C 434, 15. 11. 2022).

lehota na poskytovanie náhradných dielov a maximálne dodacie lehoty, ako aj požiadavky na dizajn pri montáži i demontáži komponentov, a preto vyzýva Komisiu, aby rozšírila rozsah pôsobnosti takýchto opatrení na ďalšie kategórie výrobkov vrátane výrobkov, ktoré nie sú energeticky významné, a zohľadnila ich špecifiká (bod 8.). Právo na opravu má spotrebiteľovi garantovať možnosť vybrať si opraviteľný výrobok a posilniť tak svoju rolu v obehovom hospodárstve (bod 11.). Európsky parlament si to predstavuje tak, že (body 21., 24. a 27. uznesenia):

- by sa mala predĺžiť minimálna záručná doba výrobkov z existujúcich 2 rokov na dlhšie obdobie,
- spotrebiteľia, výrobcovia a obchodníci by mali byť motivovaní uprednostniť ako výsledok reklamačného konania opravu pred výmenou,
- by sa odmeňovali obchodníci za poskytovanie možností opravy repasovaného alebo renovovaného tovaru.

Keďže v práve EÚ nemá Európsky parlament zákonodarnú iniciatívu, nemôže sám novú legislatívu navrhnúť. Preto vo svojom uznesení vyzýva Komisiu, aby ju navrhla ona.

Okrem verejnoprávnej regulácie činností v rámci procesu distribúcie produktov (tovarov alebo služieb) nesmieme zabudnúť ani na **súkromnoprávnu reguláciu**. Tá je z najväčšej časti dispozitívna a prejavuje sa najmä v zakotvení určitých pomenovaných zmlúv v súkromnoprávných kódexoch, ale aj v niektorých iných zákonoch. Tieto zmluvy rámcujú procesy, ktoré v hodnotovom reťazci prebiehajú medzi viacerými aktérmi. Pokiaľ ide o vnútorné procesy jedného subjektu, ten zmluvu sám so sebou uzavrieť nemôže, takže naňho sa aplikuje len verejnoprávna regulácia (pozri vyššie).

V oblasti distribúcie a logistiky sa používajú najmä nasledujúce zmluvné typy upravené v Obchodnom zákonníku:

- a) zmluva o skladovaní (§ 527 a nasl. Obchodného zákonníka),
- b) mandátna zmluva (§ 566 a nasl. Obchodného zákonníka),
- b) komisionárska zmluva (§ 577 a nasl. Obchodného zákonníka),
- c) zasielateľská zmluva (§ 601 a nasl. Obchodného zákonníka),
- d) zmluva o preprave vecí (§ 610 a nasl. Obchodného zákonníka),
- e) zmluva o nájme dopravného prostriedku (§ 630 a nasl. Obchodného zákonníka),
- f) zmluva o prevádzke dopravného prostriedku (§ 638 a nasl. Obchodného zákonníka),
- g) zmluva o sprostredkovaní (§ 642 a nasl. Obchodného zákonníka),
- h) zmluva o obchodnom zastúpení (§ 652 a nasl. Obchodného zákonníka),
- i) zmluva o výhradnom predaji (§ 745 a nasl. Obchodného zákonníka).

V 10. časti tejto učebnice sa venujeme viacerým spomedzi týchto zmlúv.

9.1.3. Právna regulácia jednotlivých subjektov vystupujúcich v procese distribúcie

Z hľadiska právnej regulácie **dodávateľského reťazca**, resp. **distribučného kanála** je potrebné podotknúť, že ide vždy o verejnoprávnu reguláciu, väčšinou normami správneho práva. Keď skúmame právnú reguláciu subjektov distribučného kanála, je potrebné venovať pozornosť nasledujúcim aspektom:

- niektoré tovary a služby **je dovolené distribuovať len priamo** zákazníkovi a distribúcia prostredníctvom medzičlánkov nie je dovolená (napr. právne poradenstvo vykonávané advokátom¹⁹⁶ alebo prijímanie prihlášok poistencov na verejné zdravotné poistenie zdravotnou poisťovňou¹⁹⁷),
- naopak, niektoré tovary a služby **nie je dovolené** zákazníkovi **distribuovať priamo**, resp. niektorými formami priamej distribúcie (napr. registrované humánne lieky, ktorých výdaj nie je viazaný na lekársky predpis, môže zákazníkovi vydať prostredníctvom internetového výdaja len verejná lekáreň, lieky viazané na lekársky predpis nemôže byť predmetom internetového výdaja vôbec¹⁹⁸; podobne nákup alebo predaj zbraní a streliva nesmie prebiehať na diaľku¹⁹⁹, zakázaný je tiež predaj tabakových výrobkov z automatov²⁰⁰),
- v prípade niektorých tovarov a služieb môžu byť **výrobcami alebo medzičlánkami len subjekty s osobitným povolením alebo registráciou** (napr. finančné služby môže poskytovať len finančná inštitúcia a sprostredkovať len finančný agent, výbušniny, výrobky obranného priemyslu či omamné látky môže uvádzať na trh len subjekt so špeciálnym povolením),
- v prípade niektorých tovarov a služieb **musia**, naopak, **zákazníci spĺňať stanovené zákonné podmienky** (napr. v prípade alkoholu a tabakových výrobkov vek, zákazníci v prípade hazardných hier nesmú byť evidovaní v tzv. registri vylúčených osôb, v prípade kúpy zbraní a streliva musia mať zbrojný preukaz),
- **prevádzkarne** subjektu zúčastneného v distribučnom kanáli, ktoré sú určené na osobný styk so zákazníkmi **musia spĺňať stanovené podmienky**, a to z hľadiska:

¹⁹⁶§ 29a ods. 2 zákona č. 586/2003 Z. z. o advokácii v aktuálnom znení.

¹⁹⁷§ 6 ods. 16 zákona č. 581/2004 Z. z. o zdravotných poisťovniach a dohľade nad zdravotnou starostlivosťou v aktuálnom znení.

¹⁹⁸§ 22 o liekoch a zdravotníckych pomôckach v aktuálnom znení.

¹⁹⁹§ 14a zákona č. 190/2003 Z. z. o strelných zbraniach a strelive v aktuálnom znení.

²⁰⁰§ 6 ods. 5 zákona č. 377/2004 Z. z. o ochrane nefajčiarov v aktuálnom znení.

- ich schválenia²⁰¹,
 - ochrany zdravia zamestnancov a požiadaviek bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci,
 - lokalizácie (napr. prevádzkarne, kde sa ponúkajú alkoholické nápoje alebo tabakové výrobky sa nesmú nachádzať v školách alebo v nemocniciach, niektoré pyrotechnické výrobky je možné predávať len v prevádzkarni, ktorá je umiestnená v stavbe²⁰²),
 - otváracích hodín (napr. lekárne a lekárske ambulancie),
 - vonkajšieho označenia (stanoveného všeobecne pre prevádzkarne²⁰³, ako aj konkrétne pre jednotlivé druhy prevádzkarní, napr. „lekáreň“, „advokátska kancelária“, „notár“, „banka“, „herňa“ alebo „kasíno“ a pod.),
 - vybavenia a zariadenia (napr. zariadenia starostlivosti o ľudské telo²⁰⁴, lekárne²⁰⁵),
 - pracovných postupov v prevádzkarni (v niektorých prípadoch sa vyžaduje aj prijatie vnútorného predpisu – tzv. prevádzkového poriadku, napr. pre strelnicu²⁰⁶, zdravotnícke zariadenie²⁰⁷ a i.)
 - odbornej spôsobilosti zamestnancov, ktorí tam pracujú,
 - označenia zamestnancov, ktorí prichádzajú v prevádzkarni do styku so spotrebiteľom, aby boli odlišiteľní²⁰⁸ a pod.,
- niektoré **distribučné kanály** majú vzhľadom na ich špecifickú povahu **vlastnú právnu reguláciu**, napr.:
- ak spotrebiteľ uzatvára s dodávateľom zmluvu na diaľku alebo mimo prevádzkových priestorov predávajúceho²⁰⁹ alebo finančnú službu na diaľku²¹⁰,

²⁰¹Napr. § 41 zákona č. 39/2007 Z. z. o veterinárnej starostlivosti v aktuálnom znení, § 6 ods. 2 zákona č. 152/1995 Z. z. o potravinách v aktuálnom znení,

²⁰²§ 52 ods. 4 zákona č. 58/2014 Z. z. o výbušnínach, výbušných predmetoch a munícii v aktuálnom znení.

²⁰³§ 15 ods. 1 a 4 zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa na vhodnom a trvale viditeľnom mieste prevádzkarne musia byť viditeľné nasledujúce údaje:

- obchodné meno a sídlo alebo miesto podnikania podnikateľa,
- meno a priezvisko osoby zodpovednej za činnosť prevádzkarne,
- prevádzková doba určená pre spotrebiteľa a jej prípadné prerušenie (dočasné uzatvorenie prevádzkarne),
- a ak ide o ubytovacie zariadenie, aj jeho kategória.

²⁰⁴Vyhláška Ministerstva zdravotníctva SR č. 554/2007 Z. z. o podrobnostiach o požiadavkách na zariadenia starostlivosti o ľudské telo v aktuálnom znení.

²⁰⁵Vyhláška Ministerstva zdravotníctva SR č. 129/2012 Z. z. o požiadavkách na správnu lekárenskú prax

²⁰⁶§ 49 ods. 3 písm. b) zákona č. 190/2003 Z. z. o strelných zbraniach a strelive v aktuálnom znení.

²⁰⁷§ 14 vyhlášky Ministerstva zdravotníctva SR č. 553/2007 Z. z., ktorou sa ustanovujú podrobnosti o požiadavkách na prevádzku zdravotníckych zariadení z hľadiska ochrany zdravia v aktuálnom znení.

²⁰⁸§ 15 ods. 3 zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa v aktuálnom znení.

²⁰⁹Zákon č. 102/2014 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho v aktuálnom znení.

²¹⁰Zákon č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku v aktuálnom znení.

- predaj na trhových miestach²¹¹,
- predaj potravinárskeho tovaru medzi dodávateľom a odberateľom, ktorí sú prevádzkovateľmi potravinárskeho podniku²¹²
- predaj cenných papierov alebo iných investičných nástrojov na burze cenných papierov²¹³,
- vykonávanie komoditných obchodov na komoditnej burze²¹⁴ a pod.

Samozrejme, cieľom tejto učebnice nie je zaoberať sa všetkými špecifikami právnej regulácie distribučných procesov, ktoré z tohto hľadiska zatiaľ ani neboli v literatúre podrobne spracované. Vybrali sme preto len niektoré z nich, na ktorých demonštrujeme zložitosť a komplexnosť právnej úpravy distribúcie. Konkrétne sa budeme venovať distribúcii dvoch typov služieb – finančných služieb (kapitola 9.2.) a služieb cestovného ruchu (kapitola 9.3.) a dvoch typov tovarov – liekov (kapitola 9.4.) a alkoholických nápojov (kapitola 9.5.).

9.2. DISTRIBÚCIA FINANČNÝCH SLUŽIEB

9.2.1. Pojem finančných služieb a ich členenie

Právna úprava distribúcie finančných služieb je regulovaná predovšetkým právnymi normami, ktoré patria do právneho odvetvia finančného práva. Finančné právo predstavuje právne odvetvie prináležiace do verejného práva. Finančné právo je súhrnom noriem upravujúcich spoločensko-ekonomické vzťahy vznikajúce v procese finančnej činnosti štátu (obce, VÚC alebo iných verejnoprávných subjektov) v súvislosti s tvorbou, rozdeľovaním a používaním peňažných fondov.²¹⁵ Toto právne odvetvie delíme na všeobecnú a osobitnú časť. Všeobecnú časť finančného práva tvoria právne normy, ktoré upravujú finančnoprávne vzťahy väčšiny alebo všetkých finančnoprávných inštitútov finančného práva a majú všeobecný význam.²¹⁶ Osobitnú časť finančného práva reprezentuje súbor právnych noriem regulujúcich špecifické oblasti finančnej činnosti štátu. Na základe špecifických znakov môžeme rozlíšiť nasledujúce pododvetvia finančného práva: rozpočtové právo, poplatkové právo, colné právo,

²¹¹Zákon č. 178/1998 Z. z. o podmienkach predaja výrobkov a poskytovania služieb na trhových miestach v aktuálnom znení.

²¹²Zákon č. 91/2019 Z. z. o neprimeraných podmienkach v obchode s potravinami v aktuálnom znení.

²¹³Tretia časť zákona č. 429/2002 Z. z. o burze cenných papierov v aktuálnom znení.

²¹⁴Tretia časť zákona č. 92/2008 Z. z. o komoditnej burze v aktuálnom znení.

²¹⁵SIDAK, M., DURAČINSKÁ, M. a kol.: *Finančné právo. 2. vydanie*. Bratislava : C. H. Beck, 2014, s. 8.

²¹⁶MRKÝVKA, P. a kol.: *Finanční právo a finanční správa. 1. díl*. Brno : Masarykova univerzita, 2004, s. 47.

daňové právo, menové právo, devízové právo a právo finančného trhu.²¹⁷ Ďalej budeme venovať našu pozornosť poslednému menovanému pododvetviu. V tejto súvislosti je nutné hneď na úvod definovať pojem finančného trhu. Finančný trh možno definovať ako systém vzťahov, nástrojov, subjektov a inštitúcií umožňujúcich zhromažďovanie, rozdeľovanie a rozmiestňovanie dočasne voľných peňažných prostriedkov na základe ponuky a dopytu, teda na dobrovoľnom zmluvnom princípe.²¹⁸ Stretávame sa s rôznymi kritériami určenými na klasifikáciu finančného trhu. Podľa kritéria obchodovaných nástrojov rozlišujeme akciové trhy, dlhopisové trhy a trhy finančných derivátov.²¹⁹ Z vecného hľadiska sa finančný trh člení na peňažný, kapitálový, devízový, poisťný trh a trh zlata a drahých kovov.²²⁰ Vzhľadom na dobu splatnosti obchodovaných nástrojov, rozlišujeme trh peňažný a kapitálový.²²¹ Na peňažnom trhu subjekty preklenujú dočasný nedostatok finančných prostriedkov, ide teda o trh s krátkodobými finančnými nástrojmi (so splatnosťou do jedného roka), naopak, kapitálový trh je zameraný na dlhodobé finančné nástroje so splatnosťou dlhšou ako jeden rok.²²²

Finančný trh tvorí spolu s trhom tovarov, služieb a práce nevyhnutný predpoklad na riadne fungovanie trhového ekonomického systému, umožňujúc pohyb kapitálu, redistribúciu voľných finančných prostriedkov od subjektov disponujúcich ich nadbytkom k subjektom, ktoré finančné zdroje potrebujú.²²³

Právo finančného trhu je možné definovať ako súbor právnych noriem, upravujúcich podmienky realizácie aktivít finančných sprostredkovateľov, finančné nástroje, ochranu spotrebiteľa, ktorému sú poskytované služby na finančnom trhu, reguláciu a dohľad nad finančným trhom.²²⁴ Na základe uvedeného môžeme abstrahovať nasledujúce okruhy, v ktorých vznikajú právne vzťahy v pododvetví práva finančného trhu, ako sú: regulácia a dohľad nad finančným trhom, finanční sprostredkovatelia a nimi poskytované finančné služby, ochrana finančných spotrebiteľov, finančné nástroje. Na základe uvedeného môžeme

²¹⁷SIDAK, M., DURAČINSKÁ, M. a kol.: *Finančné právo*. 2. vydanie. Bratislava : C. H. Beck, 2014, s. 12.

²¹⁸BAKEŠ, M., KARFÍKOVÁ, M., KOTÁB, P., MARKOVÁ, H. a kol.: *Finanční právo*. 5. upravené vydání. Praha : C. H. Beck, 2009, ISBN 978-80-7400-801-6, s. 100.

²¹⁹MUSÍLEK, P.: *Trhy cenných papírů*. 2. aktual. a rozšířené vydání. Praha :Ekopress, s.r.o., 2011, ISBN 978-80-86929-70-5, s. 226.

²²⁰CHOVANCOVÁ, B. a kol.: *Finančný trh: nástroje, transakcie, inštitúcie*. Bratislava : IURA EDITION, 2006, ISBN 80-8087-089-7, s. 21-22.

²²¹PAVLÁT, V. a kol.: *Kapitálové trhy*. 2. doplněné vydání. Praha : PROFESSIONAL PUBLISHING, 2005, ISBN 80-86419-87-8, s. 19.

²²²POLOUČEK, S. a kol.: *Peníze, banky, finanční trhy*. Praha : C. H. Beck, 2009, ISBN 978-80-7400-152-9, s. 209.

²²³RADVAN, M., KYNCL, L., MOŽDIÁKOVÁ, M.: *Právo kapitálového trhu*. Brno : Masarykova univerzita, 2010, ISBN 978-80-210-5277-2, s. 8.

²²⁴SIDAK, M., DURAČINSKÁ, M. a kol.: *Finančné právo*. 2. vydanie. Bratislava : C. H. Beck, 2014, s. 389. BALKO, L., BABČÁK, V. a kol.: *Finančné právo*. Bratislava : Poradca podnikateľa a Bratislavská vysoká škola práva, 2006, s. 581.

bližšie špecifikovať, že **problematika regulácie distribúcie finančných služieb** spadá na základe svojho charakteru **do** konkrétneho pododvetvia finančného práva, a to **práva finančného trhu**.

Základný formálny prameň práva, ktorý upravuje problematiku distribúcie finančných služieb v SR, predstavuje zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o finančnom sprostredkovaní“). Tento právny predpis zjednocuje podmienky pre distribúciu finančných služieb, ktoré sú poskytované finančnými inštitúciami v sektoroch:

1. poistenia alebo zaistenia,
2. kapitálového trhu,
3. doplnkového dôchodkového sporenia,
4. prijímania vkladov,
5. poskytovania úverov, úverov na bývanie a spotrebiteľských úverov,
6. starobného dôchodkového sporenia.

Zákon o finančnom sprostredkovaní zakotvuje, že finančné sprostredkovanie, ako aj finančné poradenstvo, sú podnikaním podľa zákona č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov (ďalej len „ObZ“).

Finančné služby v uvedených sektoroch môžu byť klientom poskytované (distribúované):

- priamo finančnou inštitúciou, či už prostredníctvom jej vlastných zamestnancov alebo na diaľku (dištančne), napr. prostredníctvom webového rozhrania alebo
- realizáciou finančného sprostredkovania s využitím ďalšieho subjektu, ktorým je zvyčajne finančný agent.

Sektorové zákony upravujúce jednotlivé druhy a formy podnikania na finančnom trhu stanovujú niektoré pravidlá súvisiace s poskytovaním finančných služieb priamo finančnými inštitúciami, ktoré sa týkajú najmä:

- odbornej spôsobilosti zamestnancov, ktorí prichádzajú do styku s klientmi (napr. § 27b zákona č. 483/2001 Z.z. o bankách, § 71p zákona č. 566/2001 Z.z. o cenných papieroch a investičných službách, § 28 ods. 4 až 7 zákona č. 650/2004 Z.z. o doplnkovom dôchodkovom sporení, § 70 ods. 2 zákona č. 39/2015 Z.z. o poisťovníctve a i.),
- informačných povinností voči verejnosti a klientom (napr. § 37 zákona č. 483/2001 Z.z. o bankách, §§ 33 až 35 a § 70 ods. 14 zákona č. 39/2015 Z.z. o poisťovníctve, § 152 a nasl. zákona č. 203/2011 Z.z. o kolektívnom investovaní a i.),

- reklamy a propagácie (napr. § 37 ods. 15 zákona č. 483/2001 Z.z. o bankách, § 151 zákona č. 203/2011 Z.z. o kolektívnom investovaní, § 112 zákona č. 43/2004 Z.z. o starobnom dôchodkovom sporení a i.),
- identifikácie klientov,
- vybavovania sťažností,
- konfliktu záujmov a i.

9.2.2. Finančné sprostredkovanie

Zákonodarca definuje **finančné sprostredkovanie** ako vykonávanie najmenej jednej z týchto činností:

- a) predkladanie ponúk na uzavretie zmluvy o poskytnutí finančnej služby, uzavieranie zmluvy o poskytnutí finančnej služby a vykonávanie ďalších činností smerujúcich k uzavretiu alebo k zmene zmluvy o poskytnutí finančnej služby,
- b) poskytovanie odbornej pomoci, informácií a odporúčaní klientovi na účely uzavretia, zmeny alebo ukončenia zmluvy o poskytnutí finančnej služby,
- c) spolupráca pri správe zmluvy o poskytnutí finančnej služby, ak charakter finančnej služby takú spoluprácu umožňuje,
- d) spolupráca pri vybavovaní nárokov a plnení plynúcich klientovi zo zmluvy o poskytnutí finančnej služby, najmä v súvislosti s udalosťami rozhodujúcimi pre vznik takýchto nárokov, ak charakter finančnej služby takúto spoluprácu umožňuje,
- e) poskytovanie informácií o jednej alebo o viacerých zmluvách o poskytnutí finančnej služby v súlade s kritériami, ktoré si klienti zvolia prostredníctvom webového sídla alebo iných médií, ako aj predloženie porovnania jednotlivých produktov vrátane ceny a porovnania týchto produktov alebo poskytnutie zľavy z ceny zmluvy o poskytnutí finančnej služby, ak klient môže priamo alebo nepriamo uzatvoriť zmluvu o poskytnutí finančnej služby prostredníctvom webového sídla alebo iných médií.

Zároveň uvedenú legálnu definíciu v sektoroch kapitálového trhu, ako aj poistenia alebo zaistenia rozširuje. **Finančným sprostredkovaním v sektore poistenia alebo zaistenia** je aj zisťovanie, hodnotenie a spracovávanie analýz poistného rizika v súvislosti s ponúkanými poistnými produktmi. **Finančným sprostredkovaním v sektore kapitálového trhu** je aj

- poskytovanie investičnej služby prijímanie a postupovanie pokynov klienta týkajúcich sa prevoditeľných cenných papierov a cenných papierov a majetkových účastí vo fondoch kolektívneho investovania a ich propagácia alebo

- poskytovanie investičnej služby investičného poradenstva vo vzťahu k prevoditeľným cenným papierom a cenným papierom a majetkovým účastiam vo fondoch kolektívneho investovania.

Na finančné sprostredkovanie oprávňuje zákonodarca **finančného agenta**. Tento subjekt predstavuje osobu so sídlom, miestom podnikania alebo umiestnením organizačnej zložky na území Slovenskej republiky, ktorá vykonáva finančné sprostredkovanie na základe **písomnej zmluvy** s finančnou inštitúciou alebo na základe písomnej zmluvy so samostatným finančným agentom. **Finančným agentom v sektore poistenia alebo zaistenia** je osoba so sídlom alebo ústredím na území Slovenskej republiky, ak ide o právnickú osobu, alebo osoba s trvalým pobytom alebo prechodným pobytom a miestom podnikania na území Slovenskej republiky, ak ide o fyzickú osobu. Ide teda o fyzickú osobu – podnikateľa alebo právnickú osobu, a to bez určenia právnej formy, právna forma, a teda i výška základného imania sa budú riadiť ustanoveniami ObZ.²²⁵

Zo zákonnej úpravy vyplýva, že **finančný agent nemôže vykonávať finančné poradenstvo**. Finančným poradenstvom je nezávislá analýza dostatočného množstva finančných služieb v príslušnom sektore, za ktorú hradí odplatu klient. Zo zákona o finančnom sprostredkovaní vyplýva zákonný zákaz súčasného vykonávania finančného sprostredkovania a finančného poradenstva. Ak by zákonodarca pripustil súčasný výkon finančného sprostredkovania a finančného poradenstva tým istým subjektom, došlo by k duplicitnému odmeňovaniu zo strany klienta a zo strany finančnej inštitúcie/resp. samostatného finančného agenta za činnosť. Osoba zamýšľajúca začatie podnikania, je povinná sa rozhodnúť vopred, či bude uskutočňovať finančné sprostredkovanie alebo finančné poradenstvo. Stratégia podnikania sa môže odvíjať aj spôsobom, že subjekt sa rozhodne pre ukončenie finančného poradenstva a vykoná príslušné právne úkony (požiada o vrátenie povolenia na vykonávanie činnosti finančného poradcu). Po zániku povolenia na vykonávanie finančného poradenstva neexistujú právne prekážky podniknutia právnych úkonov na začatie vykonávania finančného sprostredkovania. Uvedené platí i opačne.

Dôležitou skutočnosťou je, že finančný agent je oprávnený vykonávať finančné sprostredkovanie len pre finančnú inštitúciu, ktorá je oprávnená vykonávať činnosť na území Slovenskej republiky.

Zákon o finančnom sprostredkovaní sa nevzťahuje na činnosti, ktoré spadajú pod legálnu definíciu finančného sprostredkovania (zakotvenú § 2 ods. 1, 2, a 4 zákona o finančnom

²²⁵Tamže.

sprostredkovaní – pozri vyššie), avšak realizovanú finančnou inštitúciou alebo jej zamestnancami v mene a na účet tejto finančnej inštitúcie vo vzťahu k vlastným finančným službám (pozri podkapitolu 9.2.1. na konci).

Platná právna úprava určuje, že na území Slovenskej republiky môže vykonávať finančné sprostredkovanie finančný agent, ktorým je

- a) samostatný finančný agent,
- b) viazaný finančný agent,
- c) podriadený finančný agent,
- d) sprostredkovateľ doplnkového poistenia,
- e) viazaný investičný agent.

Ad a): Samostatný finančný agent je subkategóriou finančného agenta. Samostatný finančný agent predstavuje podnikajúcu fyzickú osobu alebo právnickú osobu, ktorá vykonáva finančné sprostredkovanie na základe písomnej zmluvy s finančnou inštitúciou. Podstatnou výhodou pri uskutočňovaní činnosti týmto subjektom je skutočnosť, že **v tom istom čase môže mať uzavreté písomné zmluvy s viacerými finančnými inštitúciami**. Možnosť mať uzavreté písomné zmluvy s viacerými finančnými inštitúciami so sebou prináša príležitosť ponúkať vzájomne si konkurujúce finančné produkty, táto kategória má potenciál zaujať klienta širokou škálou finančných služieb. Medzi samostatných finančných agentov patria veľké spoločnosti so širokými sieťami spolupracovníkov (napr. OVB Allfinanz Slovensko, a.s., PARTNERS GROUP SK, a.s., Swiss Life Select Slovensko, a. s.), najväčšie banky a poisťovne, internetoví predajcovia ako napr. Finportal, a.s., ale aj menšie spoločnosti, spolu vyše 400 subjektov²²⁶).

Samostatní finanční agenti sú oprávnení vykonávať činnosť na základe povolenia na vykonávanie činnosti samostatného finančného agenta, ktoré udeľuje Národná banka Slovenska v konaní vo veciach dohľadu. Žiadosti o udelenie príslušného povolenia vyhovie Národná banka Slovenska za predpokladu, že žiadateľ preukáže plnenie zákonných podmienok, ktoré určuje zákon o finančnom sprostredkovaní. Výroková časť rozhodnutia Národnej banky Slovenska, ktorým je udeľované povolenie na vykonávanie činnosti samostatného finančného agenta, presne špecifikuje sektory, v ktorých bude subjekt oprávnený vykonávať činnosť (napr. sektor kapitálového trhu). Samostatný finančný agent prináleží medzi dohliadané subjekty finančného trhu. Regulácia umožňuje tomuto subjektu vytvorenie siete podriadených finančných agentov za splnenia zákonných podmienok. Nad podriadenými finančnými agentmi realizuje samostatný finančný agent tzv. „prenesený dohľad“. Samostatný finančný agent je

²²⁶<https://subjekty.nbs.sk/> [22. 9. 2023].

v písomnej zmluve s podriadeným finančným agentom povinný zakotviť súbor práv, ktoré bude za zákonných podmienok vykonávať voči nemu.

Ad b): **Viazaný finančný agent** predstavuje podnikajúcu fyzickú osobu alebo právnickú osobu. Tento subjekt vykonáva finančné sprostredkovanie na základe písomnej zmluvy s finančnou inštitúciou. Zákonodarca ustanovuje, že v tom istom čase môže mať viazaný finančný agent uzavretú **písomnú zmluvu v jednom sektore výlučne s jednou finančnou inštitúciou**. To však neplatí pre **sektor poistenia alebo zaistenia**, v ktorom môže mať viazaný finančný agent uzavretú **písomnú zmluvu najviac s jednou poisťovňou vykonávajúcou len životné poistenie a zároveň najviac s jednou poisťovňou vykonávajúcou neživotné poistenie**. Finančné sprostredkovanie v kategórii viazaného finančného agenta sa ako osobitne vhodné javí pre subjekty, ktorých model podnikania je postavený na finančných službách konkrétne určenej finančnej inštitúcie.

Finančné sprostredkovanie je viazaný finančný agent oprávnený uskutočňovať len na základe registrácie v registri finančných agentov, finančných poradcov, finančných sprostredkovateľov z iného členského štátu v sektore poistenia alebo zaistenia a finančných sprostredkovateľov z iného členského štátu v oblasti poskytovania úverov na bývanie (ďalej len „register“) za predpokladu splnenia zákonom stanovených podmienok. Predmetný register vedie Národná banka Slovenska. Navrhovateľom na zápis viazaného finančného agenta je finančná inštitúcia so sídlom alebo umiestnením organizačnej zložky na území Slovenskej republiky, s ktorou má viazaný finančný agent uzatvorenú písomnú zmluvu. Finančná inštitúcia, zmluvný partner, vykonáva nad viazaným finančným agentom tzv. delegovaný dohľad.

Na rozdiel od samostatného finančného agenta, **viazaný finančný agent nie je oprávnený budovať svoju sieť podriadených subjektov**.

Ad c): **Podriadený finančný agent** predstavuje v praxi jednu z najfrekvencovanejších kategórií finančných agentov. Najčastejšie ide o podnikajúcu fyzickú osobu, ktorá je súčasťou siete samostatného finančného agenta. Platná právna úprava nevyklučuje, aby predmet podnikania finančné sprostredkovanie ako podriadený finančný agent uskutočňovala aj právnická osoba.

Kľúčovým pre podriadeného finančného agenta je zápis do registra, a to za splnenia zákonných podmienok. Navrhovateľom na jeho zápis je samostatný finančný agent.

Podriadený finančný agent vykonáva finančné sprostredkovanie na základe písomnej zmluvy so samostatným finančným agentom. **V tom istom čase môže mať podriadený finančný agent uzavretú písomnú zmluvu najviac s jedným samostatným finančným**

agentom. Z uvedeného dôvodu je pre tento subjekt rozhodujúcim rozsah oprávnenia jeho navrhovateľa. Ak je napríklad samostatný finančný agent oprávnený vykonávať činnosť vo všetkých šiestich sektoroch, môže sa podriadený finančný agent rozhodnúť, že bude vykonávať činnosť v rovnakom, alebo v užšom rozsahu. Platná právna úprava však neumožňuje, aby podriadený finančný agent vykonával finančné sprostredkovanie v sektore, v ktorom nemá jeho navrhovateľ, t. j. samostatný finančný agent, udelené príslušné povolenie (ak je navrhovateľ oprávnený vykonávať činnosť len v sektore kapitálového trhu, podriadený finančný agent nemôže byť činný v sektore prijímania vkladov).

Podriadeným finančným agentom je aj osoba, ktorá vykonáva finančné sprostredkovanie na základe písomnej zmluvy s finančnou inštitúciou, ktorá má povolenie na vykonávanie činnosti samostatného finančného agenta; to neplatí, ak táto osoba vykonáva finančné sprostredkovanie na základe písomnej zmluvy s takouto finančnou inštitúciou, výlučne vo vzťahu k finančným službám, ktoré takáto finančná inštitúcia poskytuje v rámci osobitného povolenia udeleného jej NBS.

Podriadený finančný agent nemôže budovať svoju vlastnú sieť subordinovaných subjektov.

Ad d): Zaradenie **sprostredkovateľa doplnkového poistenia** medzi finančných agentov súvisí s transponovaním európskej Smernice o distribúcii poistenia²²⁷ do právneho poriadku SR. Sprostredkovateľ doplnkového poistenia predstavuje osobu, ktorá nie je finančná inštitúcia (konkrétne banka, zahraničná banka, pobočka zahraničnej banky, obchodník s cennými papiermi, zahraničný obchodník s cennými papiermi, pobočka zahraničného obchodníka s cennými papiermi, správcovská spoločnosť, zahraničná správcovská spoločnosť, pobočka zahraničnej správcovskej spoločnosti a zahraničná investičná spoločnosť), ktorá za odmenu **vykonáva finančné sprostredkovanie v sektore poistenia alebo zaistenia ako doplnkovú činnosť**, pričom zároveň musia byť kumulatívne splnené tieto podmienky:

- a) jej hlavnou zárobkovou činnosťou nie je finančné sprostredkovanie v sektore poistenia alebo zaistenia alebo finančné poradenstvo v sektore poistenia alebo zaistenia,
- b) ponúka len také poistné produkty, ktoré sú doplnkom tovaru alebo služby a
- c) príslušné poistné produkty nezahŕňajú životné poistenie ani riziká vyplývajúce zo zodpovednosti; táto podmienka sa neuplatní, ak tieto poistné produkty sú doplnkom tovaru alebo služby, ktoré táto osoba ponúka v rámci svojej hlavnej zárobkovej činnosti.

²²⁷Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/97 z 20. januára 2016 o distribúcii poistenia (Ú. v. EÚ L 26, 2. 2. 2016).

Sprostredkovateľmi doplnkového poistenia sú napr. predajca motorových vozidiel, ktorý kupujúcemu pri kúpe vozidla sprostredkuje havarijné poistenie alebo povinné zmluvné poistenie zodpovednosti za škodu alebo cestovná kancelária, ktorá svojmu klientovi pri kúpe zájazdu sprostredkuje uzatvorenie cestovného poistenia.

Pre kategóriu sprostredkovateľov doplnkového poistenia je taktiež kľúčový zápis do registra. Na sprostredkovateľa doplnkového poistenia, ktorého navrhovateľom je samostatný finančný agent, sa uplatňujú ustanovenia zákona o finančnom sprostredkovaní upravujúce pôsobenie **podriadeného finančného agenta** primerane. Na sprostredkovateľa doplnkového poistenia, ktorého navrhovateľom je finančná inštitúcia v sektore poistenia alebo zaistenia, sa uplatňujú ustanovenia zákona o finančnom sprostredkovaní upravujúce pôsobenie **viazaného finančného agenta** primerane.

Sprostredkovateľ doplnkového poistenia nemôže budovať svoju vlastnú sieť subordinovaných subjektov.

Ad e): V súlade s ustanovením § 12 zákona o finančnom sprostredkovaní, **viazaný investičný agent** je podnikajúcou fyzickou alebo právnickou osobou, ktorá na plnú a bezpodmienečnú zodpovednosť obchodníka s cennými papiermi, zahraničného obchodníka s cennými papiermi so sídlom na území iného členského štátu, banky alebo zahraničnej banky so sídlom v inom členskom štáte s oprávnením na poskytovanie investičných služieb, investičných činností a vedľajších služieb vykonáva na základe písomnej zmluvy pre túto osobu finančné sprostredkovanie v sektore kapitálového trhu a ďalšie činnosti podľa osobitného predpisu. Viazaný investičný agent môže finančné sprostredkovanie v sektore kapitálového trhu a ďalšie činnosti podľa osobitného predpisu vykonávať len pre jednu z osôb uvedených v prvej vete. Viazaný investičný agent nie je oprávnený nakladať s peňažnými prostriedkami ani s finančnými nástrojmi klienta.

Viazaný investičný agent nemôže budovať svoju vlastnú sieť subordinovaných subjektov.

9.2.3. Cezhraničné poskytovanie a sprostredkovanie finančných služieb

Okrem už uvedených kategórií finančných agentov (sprostredkovateľov) zákonodarca umožňuje realizovať finančné sprostredkovanie aj **iným subjektom oprávneným na cezhraničnú distribúciu finančných služieb**.

Finančný sprostredkovateľ z iného členského štátu v sektore poistenia alebo zaistenia môže na území Slovenskej republiky vykonávať finančné sprostredkovanie

prostredníctvom svojej pobočky bez povolenia na vykonávanie finančného sprostredkovania, ak mu bolo oprávnenie na vykonávanie finančného sprostredkovania udelené v príslušnom členskom štáte, a to na základe súhlasného písomného oznámenia príslušného orgánu dohľadu domovského členského štátu doručeného Národnej banke Slovenska. Národná banka Slovenska bez zbytočného odkladu informuje príslušný orgán dohľadu domovského členského štátu o jeho prijatí.

Finančný sprostredkovateľ z iného členského štátu v oblasti poskytovania úverov na bývanie je oprávnený na území Slovenskej republiky vykonávať finančné sprostredkovanie alebo finančné poradenstvo v oblasti poskytovania úverov na bývanie v rozsahu, v akom je oprávnený vykonávať finančné sprostredkovanie alebo finančné poradenstvo v oblasti poskytovania úverov na bývanie vo svojom domovskom členskom štáte, a to prostredníctvom pobočky alebo na základe práva na slobodné poskytovanie služieb.

V rozsahu štyroch základných slobôd v rámci vnútorného trhu EÚ (voľný pohyb tovaru, osôb, služieb, kapitálu), sú aj finančné inštitúcie (napr. banky a poisťovne) oprávnené poskytovať finančné služby v inom členskom štáte so založením pobočky, alebo bez jej založenia. Nemusia tak v členskom štáte, kde chcú poskytovať svoje finančné služby, získať povolenie na činnosť, ale postačuje, že toto povolenie majú v členskom štáte svojho sídla.

9.2.4. Pojem klient a povinnosti vo vzťahu k nemu

Klient predstavuje prijímateľa služby finančného sprostredkovania alebo finančného poradenstva.²²⁸ V procese finančného sprostredkovania sú involvované tri subjekty: finančný agent, klient a finančná inštitúcia. Klient vystupuje na strane dopytu po finančnej službe.²²⁹ Finanční agenti vytvárajú „premostenie“ medzi klientmi a komplexnými službami ponúkanými na finančnom trhu finančnými inštitúciami. Legislatívne prostredie ukladá povinnosť posudzovania klientov.²³⁰ Túto charakterizujeme ako postup, pri ktorom dochádza na základe

²²⁸Porovnaj ustanovenie § 5 ods. 1 zákona o finančnom sprostredkovaní.

²²⁹KARAU, T.: *Qualitätsmessung in der Versicherungsvermittlung. Eine empirische Untersuchung der Unterschiede zwischen Provisions- und Honorarvergütung in der Altersvorsorge. 1. Auflage.* Lohmar-Köln : JOSEF EUL VERLAG GmbH, 2015, s. 32.

²³⁰Porovnaj ustanovenie § 35 zákona o finančnom sprostredkovaní.

determinantov zakotvených v právnych normách k zaradeniu fyzickej alebo právnickej osoby do určitej kategórie.²³¹ Účelom je individuálne zohľadnenie potrieb klienta.²³²

Zákon o finančnom sprostredkovaní vyjadruje ideu, že najvyššiu mieru ochrany si zaslúži „bežná fyzická osoba“.²³³ Zároveň reflektuje na európsku judikatúru, najmä na judikát C-541/99 Cape Snc vs. Idealservice Srl a C-542/99 Idealservice MN RE Sas vs. OMAI Srl z kalendárneho roku 2001, v ktorom Európsky súdny dvor konštatoval, že ochrana spotrebiteľa nastupuje výlučne u fyzických, a nie právnických osôb.²³⁴

Klientom sa na účely zákona o finančnom sprostredkovaní rozumie osoba, ktorej je poskytované finančné sprostredkovanie. Potenciálnym klientom sa na účely zákona o finančnom sprostredkovaní rozumie osoba, ktorej bola predložená ponuka alebo výzva na účely poskytovania finančného sprostredkovania. **Neprofesionálnym klientom** sa na účely zákona o finančnom sprostredkovaní rozumie klient, ktorý je fyzickou osobou, ktorej je poskytované finančné sprostredkovanie alebo finančné poradenstvo pre osobnú potrebu alebo pre potrebu príslušníkov jeho domácnosti. Klient, ktorý nie je neprofesionálnym klientom (ďalej len „**profesionálny klient**“), je oprávnený požadovať, aby sa s ním zaobchádzalo ako s neprofesionálnym klientom. Také zaobchádzanie sa poskytne na základe prevzatia písomného vyhlásenia, ktoré profesionálny klient odovzdá finančnému agentovi, a v ktorom uvedie, že požaduje, aby sa s ním zaobchádzalo ako s neprofesionálnym klientom pri uplatňovaní pravidiel činnosti vo vzťahu ku klientom podľa tohto zákona; v tomto vyhlásení sa zároveň uvedie, či sa vzťahuje na jednu finančnú službu alebo viaceré finančné služby v jednom sektore alebo viacerých sektoroch. Po prijatí tohto vyhlásenia finančný agent písomne potvrdí prevzatie vyhlásenia a jedno vyhotovenie vráti klientovi.

Služby v oblasti finančného sprostredkovania a finančného poradenstva vyhľadávajú fyzické osoby – nepodnikatelia, fyzické osoby – podnikatelia, ako aj právnické osoby, najmä obchodné spoločnosti. Nerovnováhu poznatkov medzi subjektmi prichádzajúcimi a pôsobiacimi na finančnom trhu môžeme označiť ako informačnú asymetriu.²³⁵ Informačná

²³¹SLEZÁKOVÁ, A.: Právne aspekty vybraných pravidiel činnosti vo vzťahu ku klientom pri uskutočňovaní finančného sprostredkovania a finančného poradenstva. In: *STUDIA IURIDICA Cassoviensia*, ISSN 1339-3995, ročník 6, 2018, číslo 1, s. 45.

²³²SPATH, D., BAUER, W., ENGSTLER, M.: *Innovationen und Konzepte für die Bank der Zukunft. Mit modernen Vertriebslösungen und optimierten Wertschöpfungsprozessen künftigen Herausforderungen begegnen*. 1. Auflage. Wiesbaden : Gabler, 2008, s. 282.

²³³SLEZÁKOVÁ, A.: Právne aspekty vybraných pravidiel činnosti vo vzťahu ku klientom pri uskutočňovaní finančného sprostredkovania a finančného poradenstva. In: *STUDIA IURIDICA Cassoviensia*, ISSN 1339-3995, ročník 6, 2018, číslo 1, s. 46.

²³⁴Tamže. Porovnaj https://www.jurion.de/Urteile/EuGH/2001-06-14/C-541_99_-C-542_99.

²³⁵SLEZÁKOVÁ, A., ŠIMONOVÁ, J., JEDINÁK, P. a kol.: *Zákon o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve*. Komentár. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, s. 394.

asymetria vedie k tomu, že lepšie informovaná strana nesprístupní všetky informácie o sebe a o ponúkanej službe.²³⁶ Asymetria sa prejavuje v oblasti finančného trhu najmä vysokou mierou inovatívnosti a sofistikovanosti produktov, časovým sklzom pri nadobúdaní kľúčových informácií a nízkou finančnou gramotnosťou.²³⁷ Najmä fyzické osoby nepodnikatelia sú v znevýhodnenom postavení voči finančným inštitúciám, keďže nemajú dostatok informácií o finančných službách, ktoré ponúkajú.²³⁸ Môžeme konštatovať, že bežné finančné produkty, určené práve pre nich, sú vďaka spôsobu koncipovania zmlúv o poskytnutí finančnej služby plné obštrukcií a pre osoby bez právneho vzdelania nezrozumiteľné, pričom podčiarkujeme, že pri vopred predtlačенých zmluvách nemajú možnosť meniť ich obsah a môžu len na zmluvné podmienky pristúpiť alebo zmluvu neuzatvoriť.²³⁹

Účelom právnej úpravy informačných a oznamovacích povinností voči klientovi pri uskutočňovaní finančného sprostredkovania a finančného poradenstva je najmä, aby:

- boli znalosti a skúsenosti klienta správne zmapované,
- bolo správne ohodnotené finančné zázemie klienta,
- bol klient poučený o všetkých rizikách,
- boli klientovi oznámené účelné informácie.²⁴⁰

Rozširovanie rozsahu poskytovaných informácií je trendom v poslednom vývoji regulácie finančného trhu nielen na Slovensku, ale najmä v práve Európskej únie.

Odôvodnením tohto prístupu je klasická teória informačnej asymetrie a nie je v žiadnom prípade obmedzený na ochranu spotrebiteľa len na finančnom trhu.²⁴¹ Možno povedať, že ide o univerzálnu doktrínu práva ochrany spotrebiteľa vo všeobecnosti. V oblasti finančného trhu je však problém informačnej asymetrie vnímaný obzvlášť výrazne v dôsledku relatívnej zložitosti finančných produktov a služieb.²⁴² Tento problém narastá s komplexnosťou

²³⁶SPREMANN, K.: *Wirtschaft, Investition und Finanzierung*. 5. vollständig überarbeitete, ergänzte und aktualisierte Auflage. München : Oldenbourg, 2002.

²³⁷HESEKOVÁ, S., MIČÁTEK, V.: Finančnoprávny pohľad na potrebu zlepšenia ochrany a finančnej gramotnosti spotrebiteľov na finančnom trhu v SR. In: MRKÝVKA, P., ŠRÁMKOVÁ, D., VALDHANS, J. zost. : *Zborník príspevkov z konferencie – Interakce soukromého a finančního práva - Dny práva 2013* [online]. Brno : Masarykova univerzita, 2014, s. 128-148. Dostupné na:

http://www.law.muni.cz/sborniky/dny_prava_2013/09_Interakce_soukromeho_a_financniho_prava.pdf

²³⁸SLEZÁKOVÁ, A., ŠIMONOVÁ, J., JEDINÁK, P. a kol.: *Zákon o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve. Komentár*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, s. 395.

²³⁹KYNCL, L. a kol.: *Poznej svého klienta – základní zásada finančního práva*. Brno : Masarykova univerzita, 2012, s. 99.

²⁴⁰PLÜCK, R., SCHMUTZLER, K. J., KÜHN, P.: *Kapitalmarktrecht: gesetzliche Regelungen und Haftungsrisiken für Finanzdienstleister*. Wiesbaden : Gabler, 2003, s. 124.

²⁴¹SLEZÁKOVÁ, A., ŠIMONOVÁ, J., JEDINÁK, P. a kol.: *Zákon o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve. Komentár*. Bratislava : WoltersKluwer, 2020, s. 383.

²⁴²Tamže.

finančných služieb či produktov a nedostatkom skúsenosti klientov – vrátane všeobecne nízkej úrovne finančnej gramotnosti na Slovensku.²⁴³

Rozsiahle informačné požiadavky teda reflektujú všeobecnú premisu regulácie ochrany spotrebiteľov a finančnej regulácie, že informovaný klient (obzvlášť spotrebiteľ) sám viacej dbá na svoje práva a vie vyhodnotiť súvisiace riziká, čo samo osebe vedie k jeho vyššej ochrane.²⁴⁴

Pochopiteľná a bežná námietka z praxe je, že čoraz vyššie informačné požiadavky zaťažujú finančných agentov a finančných poradcov (ako aj iných poskytovateľov služieb na finančnom trhu), a že jediný hmatateľný výsledok tejto regulácie je rozšírenie rozsahu informačného balíka pre klienta z niekoľkých odsekov na niekoľko desiatok strán.²⁴⁵ Faktom je, že klient, ktorý poskytnuté informácie nečíta alebo im nerozumie, nebude lepšie chránený, pričom platí, že prekážkou porozumenia môže byť už samotný rozsah poskytovaných informácií.²⁴⁶ Regulačnou odpoveďou na tento trend sú nedávno zavedené požiadavky na vypracovanie dokumentov s kľúčovými informáciami pre investičné fondy, poisťné produkty, štruktúrované investičné produkty vrátane investičných produktov založených na poistení, ale tiež požiadavky na súhrnné informácie v štandardizovanej forme v sektore úverov.²⁴⁷

Finanční agenti sú povinní *ex lege* postupovať s odbornou starostlivosťou, v súlade so zásadami poctivého obchodného styku a záujmami svojich klientov.²⁴⁸

Pod pojmom odborná starostlivosť je potrebné rozumieť konkrétne konanie, ktoré vzhľadom na rôznorodosť nie je objektívne možné výslovne a vopred v zákone zachytiť; zákonodarca dáva použitím tohto pojmu správnomu orgánu (i súdu) úmyselne priestor, aby sám posúdil, či konkrétny prípad patrí do rozsahu tohto pojmu, a to vždy vzhľadom na účel právnej úpravy.²⁴⁹ Je teda nutné uvažovať o tom, čo je odborná starostlivosť pri výkone konkrétnej činnosti a predstavuje korektív konania poskytovateľa služieb pri výkone ktorejkoľvek jeho činnosti pri poskytovaní služieb.²⁵⁰

V nadväznosti na uvedené môžeme konštatovať, že finanční agenti konajú s odbornou starostlivosťou, ak konajú kvalifikovane, čestne, spravodlivo a taktiež dodržiavajú ďalšie

²⁴³Tamže.

²⁴⁴Tamže.

²⁴⁵Tamže.

²⁴⁶Tamže.

²⁴⁷Tamže.

²⁴⁸Porovnaj ustanovenie § 28 ods. 1 zákona o finančnom sprostredkovaní.

²⁴⁹KOMISE PRO CENNÉ PAPÍRY: Metodika posuzování odborné péče. KCP. 2004, s. 8. Dostupné na http://www.cnb.cz/cs/dohled_financi_trh/legislativni_zakladna/obchodnici_s_cp_inv_zprostredkovatele/download/metodika_odbp_20041015.pdf

²⁵⁰Tamže, s. 9.

pravidlá. Kvalifikovane možno konať osobne, alebo prostredníctvom zamestnancov, pričom je nevyhnuté disponovať znalosťami, skúsenosťami a dôkladnosťou.²⁵¹ Dôkladnosť výkonu určitej činnosti znamená vyvarovať sa zbytočného a nezodpovedného riskovania, ale aj prehnanej úzkosti.²⁵² Čestnosť a spravodlivosť možno vykladať ako obozretné pracovné postupy, ktoré sú dostatočne priehľadné a nevzbudzujúce pochybnosti, pri zachovávaní najlepšej reálnej šance pre klienta na dosiahnutie pozitívneho výsledku.²⁵³ Zásada poctivého obchodného styku je tvorená súborom zásad správania, ktorých dodržiavanie v obchodnom styku je považované za poctivé.²⁵⁴ Ide o výnimku z početných právnických dogiem prípustnú v záujme toho, aby sa právo nestalo formalistickým nástrojom bez vnútorných hodnôt, zneužívaným na sofistickovanú ochranu zjavných nespravodlivostí, podvody alebo ľsti.²⁵⁵ Pri rozpore so zásadami poctivého obchodného styku, pôjde spravidla o zneužitie práva, o šikanu.²⁵⁶

Vykonávanie finančného sprostredkovania v záujme práv a oprávnených záujmov klienta si vyžaduje dokonalú znalosť zmluvy o poskytnutí finančnej služby.²⁵⁷ Vedomosti o právach a povinnostiach zmluvných strán zabezpečujú potrebný rozsah informácií klientovi, najmä o tom, aké povinnosti má voči nemu finančná inštitúcia.²⁵⁸ Práve jej „plnenie“ zmluvných povinností je pre klienta (právnickú alebo fyzickú osobu) kľúčové.²⁵⁹ Platná právna úprava ukladá povinnosť klasifikácie klientov a na ňu nadväzuje povinnosť poskytnutia diapazónu informácií vzťahujúcich sa na zákon o finančnom sprostredkovaní, ako aj na zmluvu o poskytnutí finančnej služby.²⁶⁰

Finančný agent je povinný poskytnúť neprofesionálnemu klientovi alebo potenciálnemu neprofesionálnemu klientovi informácie, ktoré sú potrebné na to, aby mohol správne

²⁵¹JANOVEC, M.: Odborná péče institucí působících na finančních trzích. In MRKÝVKA, P., ŠRAMKOVÁ, D., VALDHANS, J. (ed.): *Dny práva 2013. Interakce soukromého a finančního práva*. Brno :Masarykova univerzita, 2013, s. 193.

²⁵²ELIÁŠ, K., BARTOŠÍKOVÁ, M., POKORNÁ, J. a kol.: *Kurs obchodního práva. Právnické osoby jako podnikatelé. 5. vydání*. Praha : C. H. Beck, 2005, s. 298.

²⁵³JANOVEC, M.: Odborná péče institucí působících na finančních trzích. In: MRKÝVKA, P., ŠRAMKOVÁ, D., VALDHANS, J. (ed.) : *Dny práva 2013. Zborník príspevkov z konferencie – Interakce soukromého a finančního práva*. Brno :Masarykova univerzita, 2014, s. 191- 198, s. 194.

²⁵⁴OVEČKOVÁ, O., ŽITŇANSKÁ, L. a kol.: *Obchodné právo. Závazkové právo. 2. vydanie*. Bratislava: IURIS LIBRI, 2013, s. 37.

²⁵⁵ELIÁŠ, K.: *Obchodní zákoník. Praktické poznámkové vydání s výběrem judikatury od roku 1990. 5. přepracované a rozšířené vydání*. Praha : Linde, 2006, s. 547.

²⁵⁶ŠTENGLLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol.: *Obchodní zákoník. Komentář. 13. vydání*. Praha : C. H. Beck, 2010, s. 906.

²⁵⁷SLEZÁKOVÁ, A.: Právne aspekty vybraných pravidiel činnosti vo vzťahu ku klientom pri uskutočňovaní finančného sprostredkovania a finančného poradenstva. In: *STUDIA IURIDICA Cassoviensia*, ISSN 1339-3995, ročník 6, 2018, číslo 1, s. 44.

²⁵⁸Tamže.

²⁵⁹Tamže.

²⁶⁰Tamže.

porozumieť charakteru a rizikám finančnej služby a následne zodpovedne prijať rozhodnutie týkajúce sa finančnej služby, a to:

- a) informácie o právnych následkoch uzavretia zmluvy o poskytnutí finančnej služby a o spôsoboch a systéme ochrany pred zlyhaním finančnej inštitúcie a
- b) ďalšie dôležité informácie týkajúce sa zmluvy o poskytnutí finančnej služby.

Finančný agent je tiež povinný informovať potenciálneho klienta, že vykonáva finančné sprostredkovanie:

- a) na základe písomnej zmluvy s jednou finančnou inštitúciou alebo viacerými finančnými inštitúciami, a o tom, či tieto písomné zmluvy majú výhradnú povahu alebo nevýhradnú povahu, a oznámi mu aj obchodné mená týchto finančných inštitúcií, alebo
- b) na základe písomnej zmluvy s iným finančným agentom.

Pred uzavretím zmluvy o poskytnutí finančnej služby alebo, ak je to odôvodnené, pri jej zmene je finančný agent povinný klientovi oznámiť:

- a) názov alebo obchodné meno, sídlo a právnu formu, ak je finančný agent právnická osoba, alebo meno, priezvisko a trvalý pobyt alebo miesto podnikania, ak je finančný agent fyzická osoba,
- b) označenie príslušného zoznamu v príslušnom podregistri, v ktorom je finančný agent zapísaný, jeho registračné číslo a spôsob overenia jeho zápisu v registri,
- c) kvalifikovanú účasť finančného agenta na základnom imaní alebo na hlasovacích právach osoby, s ktorou má finančný agent uzavretú zmluvu,
- d) kvalifikovanú účasť osoby, s ktorou má uzavretú zmluvu, alebo osoby ovládajúcej túto osobu, na základnom imaní alebo na hlasovacích právach finančného agenta,
- e) postup pri podávaní sťažností na vykonávanie finančného sprostredkovania finančným agentom a osobitné predpisy upravujúce mimosúdne vyrovnanie sporov vyplývajúcich z finančného sprostredkovania,
- f) výšku poplatkov a výšku akýchkoľvek platieb iných ako bežných platieb za finančnú službu spolu s informáciou o každej takejto platbe.

Finančný agent nemusí klientovi poskytovať svoje služby **na obchodnom mieste** (vo svojej prevádzkarni), ale môže svoju činnosť vykonávať aj dištančne, **na diaľku**. Podrobnosti ustanovuje Metodické usmernenie útvarov dohľadu Národnej banky Slovenska z 18. mája 2020 č. 4/2020 k vykonávaniu finančného sprostredkovania na diaľku (ďalej len „metodické usmernenie NBS“).²⁶¹ V prípade sprostredkovania zmluvy o poskytnutí finančnej služby na

²⁶¹Dostupné na file:///C:/Users/User/Downloads/MU_4_2020.pdf, Metodické usmernenie útvarov dohľadu nad finančným trhom z 18. mája 2020 č. 4/2020 k vykonávaniu finančného sprostredkovania na diaľku, s. 12.

diaľku je však nevyhnutné naplniť všetky povinnosti, ktoré sa týkajú najmä informačných povinností, povinností súvisiacich s ochranou pred legalizáciou príjmov z trestnej činnosti a ochranou pred financovaním terorizmu, záznamovej povinnosti a archivácie, ako aj ďalších povinností (napr. vo vzťahu k zmluvným povinnostiam voči finančným inštitúciám).²⁶² Podľa metodického usmernenia NBS v zmysle zákona o finančnom sprostredkovaní musia byť klienti alebo potenciálni klienti pred uzavretím zmluvy o poskytnutí finančnej služby informovaní minimálne o skutočnostiach v rozsahu podľa § 33 zákona o finančnom sprostredkovaní.²⁶³ Podľa metodického usmernenia NBS poskytovanie predmetných informácií neprofesionálnemu klientovi pred uzavretím zmluvy o poskytnutí finančnej služby na diaľku je možné vykonať na trvanlivom médiu inom ako v listinnej podobe, avšak len za kumulatívneho splnenia nasledujúcich podmienok:

- poskytovanie informácií na tomto trvanlivom médiu je vhodné vzhľadom na okolnosti, za ktorých sa finančné sprostredkovanie poskytuje neprofesionálnemu klientovi, a
- neprofesionálny klient si z ponuky poskytnutia informácií v písomnej forme alebo na inom trvanlivom médiu vopred zvolil túto formu poskytnutia informácií.²⁶⁴

9.3. DISTRIBÚCIA PRODUKTOV A SLUŽIEB CESTOVNÉHO RUCHU

9.3.1. Všeobecne o distribúcii v odvetví cestovného ruchu

Distribúcia je jedným z marketingových nástrojov, ktorý umožňuje umiestnenie produktov podniku cestovného ruchu (t. j. tovarov, služieb, atraktivity, udalosti, zážitku, idey, cieľového miesta a pod.) na trhu. V podnikoch cestovného ruchu, ktoré sú dodávateľmi (producentmi) a sprostredkovateľmi (distribútormi) produktov cestovného ruchu, predstavuje distribúcia najčastejšie proces rezervovania.

Podniky cestovného ruchu prispôbujú svoje ponuky potrebám trhu, resp. potrebám spotrebiteľov. Tí hľadajú odpočinok, zotavenie sa, poznávanie, športovú aktivitu, oslobodenie sa od každodenných povinností, spoľahlivosť, bezpečnosť a pod. Zároveň reflektujú ochotu spotrebiteľov využívať nové formy nákupu než sú nákupy na tradičných predajných miestach.

²⁶²Dostupné na file:///C:/Users/User/Downloads/MU_4_2020.pdf, Metodické usmernenie útvarov dohľadu nad finančným trhom z 18. mája 2020 č. 4/2020 k vykonávaniu finančného sprostredkovania na diaľku, s. 12-13.

²⁶³Tamže, s. 13.

²⁶⁴Tamže.

V cestovnom ruchu sa **tovary a služby spotrebávajú zároveň**. Špecifickým znakom služieb cestovného ruchu je ich **viazanosť na cieľové miesto, ktoré je priestorovo vzdialené od miesta dopytu** (v mieste dopytu získa zákazník len nárok na spotrebu vybraných služieb, napr. Bratislavčan získa poukaz na ubytovanie v hoteli vo Vysokých Tatrách). Preto je potrebné prepojiť dopyt s ponukou. Úlohu distribučného kanála medzi ponukou a dopytom plnia **spostredkovatelia** produktov podnikov **cestovného ruchu**, ktorí vystupujú **v pozícii**:

- a) **B2B** (*business to business*) keď kupujú produkty podnikov cestovného ruchu od producentov alebo keď ich následne distribuujú ďalším podnikom cestovného ruchu (napr. obchodným partnerom).
- b) **B2C** (*business to consumer*) keď produkty podnikov cestovného ruchu distribuujú konečným spotrebiteľom (jednotlivcom alebo domácnostiam).

Okrem toho, že jednotlivé produkty podniku cestovného ruchu (napr. cestovný lístok, letenka, ubytovanie, stravovanie a pod.) predávajú ďalej, môžu z nich **vytvárať** aj **nové produkty** (t. j. balíky ako napr. zájazdy) a následne ich ponúkať na trhu.

Medzi sprostredkovateľov (distribútorov) produktov podnikov cestovného ruchu začleňujeme najmä:

- a) **cestovné kancelárie**,
- b) **cestovné agentúry**,
- c) **sprievodcov cestovného ruchu**,
- d) **turistické informačné centrá**,
- e) **online cestovné kancelárie** (OTA – *online travel agency*) ako napr. EXPEDIA cestovná agentúra, s.r.o.,
- f) **informačné, rezervačné a distribučné systémy** ako napr. Booking.com (Slovakia) s. r. o., v dôsledku využitia ktorých v praxi dochádza k diferenciacii ceny produktu cestovného ruchu a pod.

S dodávateľmi produktov cestovného ruchu vstupujú sprostredkovatelia do obchodno-záväzkových vzťahov. Dodávatelia využívajú rôzne nástroje na zvýšenie atraktívnosti svojich produktov, napríklad osobitné dojednania, provízie a zvýhodnenia, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie sprostredkovateľov.

9.3.2. Formy a spôsoby distribúcie v odvetví cestovného ruchu

Formy distribúcie v oblasti cestovného ruchu majú určité špecifiká, ktoré sa prejavujú v oslovovaní zákazníkov, ako aj vo využívaní osobitých zmlúv, prostredníctvom ktorých sa

produkty podnikov cestovného ruchu dostanú od poskytovateľa ku konečnému zákazníkovi. **Distribučné kanály** (prostredníctvom ktorých sa uskutočňuje distribúcia produktov podnikov cestovného ruchu) sa podľa kritéria ponúkajúceho delia na priame a nepriame. Prostredníctvom **priameho distribučného kanála** predá podnik cestovného ruchu produkt podniku cestovného ruchu konečnému zákazníkovi priamo, t. j. bez zapojenia sprostredkovateľov. Výhodou priameho kontaktu so zákazníkom je schopnosť prispôbiť sa jeho špecifickým požiadavkám, lepšie uspokojiť jeho potreby a budovať s ním lojálny vzťah. Nevýhodou priamej distribúcie je nutnosť nadviazať kontakt s veľkým počtom zákazníkov, čo vyžaduje zvýšené náklady (napr. na zamestnancov, webové sídlo a pod.). **Medzi formy priamej distribúcie produktov podnikov cestovného ruchu** patria napr.:

- a) osobný predaj,
- b) webová stránka alebo aplikácia,
- c) stránka na sociálnych médiách,
- d) telemarketing,
- e) e-mailový marketing,
- f) centrálny systém rezervovania v sieťových hoteloch a veľkých cestovných kanceláriách, keď systém uchováva a vykonáva rezervovanie pre všetky podniky cestovného ruchu, ktoré sú súčasťou systému.

Pri **nepriamych distribučných kanáloch** pristupuje do procesu distribúcie konečnému zákazníkovi jeden alebo viac sprostredkovateľov (distribútorov) produktov cestovného ruchu, napr. cestovná kancelária, cestovná agentúra, internetový systém rezervovania a pod. V závislosti od počtu sprostredkovateľov rastie úroveň distribučného kanála. Najrozšírenejšími sú jednoúrovňové distribučné kanály, v rámci ktorých produkt cestovného ruchu od dodávateľa (producenta) produktu cestovného ruchu prechádza cez jedného spotrebiteľa (napr. cestovná kancelária) ku konečnému zákazníkovi. Výhodou nepriamej distribúcie je, že sprostredkovateľ preberá na seba časť marketingových aktivít. Jej nevýhodou je, že dodávateľ (producent) produktu cestovného ruchu neovplyvní orientáciu sprostredkovateľa na predaj štandardného produktu bez možnosti jeho individualizácie (v snahe o získanie provízie). **Medzi formy nepriamej distribúcie produktov podnikov cestovného ruchu** patria:

- a) distribúcia prostredníctvom cestovných kancelárií a cestovných agentúr,
- b) globálne distribučné systémy (t. j. globálne katalógy produktov cestovného ruchu ako napr. Amadeus, Travelport a pod.),
- c) internetové systémy rezervovania (napr. Booking.com (Slovakia) s.r.o.) a online cestovné kancelárie (napr. EXPEDIA cestovná agentúra, s.r.o.),

- d) internetové portály, napr. ubytovacie portály (napr. ubytujsa.sk), zľavové portály (napr. Zlavomat.sk), meta vyhľadávače (napr. Trivago),
- e) turistické informačné centrá.

Najčastejšími sprostredkovateľmi produktov cestovného ruchu sú cestovné kancelárie a cestovné agentúry. Nástrojom komunikácie cestovnej kancelárie so zákazníkmi je **katalóg zájazdov**, ktorý môže byť v tlačenej alebo elektronickej podobe. Tlačený katalóg sa používa zvyčajne pri priamej distribúcii, v súčasnosti (v dôsledku rozvoja informačných technológií) ho však nahrádza elektronický katalóg, ktorý je dostupný na internete a využívajú ho nielen online sprostredkovatelia, ale aj jednotliví zákazníci.

Podľa geografického kritéria sa distribučné kanály delia na vnútorné a vonkajšie. **Vnútorný distribučný kanál** sa vytvára spoluprácou producentov (dodávateľov) a sprostredkovateľov (distribútorov) produktov podnikov cestovného ruchu na domácom trhu cestovného ruchu (ide napr. o turistické informačné centrá). **Vonkajšie distribučné kanály** tvoria sprostredkovatelia produktov podnikov cestovného ruchu, ktorí sa orientujú na zahraničný cestovný ruch (napr. zahraničné internetové portály).

Rozhodnutie podniku o forme a spôsobe distribúcie, ktoré závisí od samotného produktu, ako aj predajnej politiky podniku cestovného ruchu, jeho finančných a personálnych možností na oslovenie čo najširšieho okruhu zákazníkov na čo najviac trhoch, má priamy vplyv na náklady vynaložené na marketing produktu cestovného ruchu.

Najčastejšie využívané zmluvy v cestovnom ruchu, ktoré zakotvuje **Obchodný zákonník** sú:

- a) mandátna zmluva (§ 566 a nasl. Obchodného zákonníka),
- b) komisionárska zmluva (§ 577 a nasl. Obchodného zákonníka),
- c) zasielateľská zmluva (§ 601 a nasl. Obchodného zákonníka),
- d) zmluva o preprave vecí (§ 610 a nasl. Obchodného zákonníka),
- e) zmluva o nájme dopravného prostriedku (§ 630 a nasl. Obchodného zákonníka),
- f) zmluva o prevádzke dopravného prostriedku (§ 638 a nasl. Obchodného zákonníka),
- g) zmluva o sprostredkovaní (§ 642 a nasl. Obchodného zákonníka),
- h) zmluva o obchodnom zastúpení (§ 652 a nasl. Obchodného zákonníka),
- i) zmluva o výhradnom predaji (§ 745 a nasl. Obchodného zákonníka).

Najčastejšie využívané zmluvy v cestovnom ruchu, ktoré zakotvuje **Občiansky zákonník** sú:

- a) zmluva o budúcej zmluve (§ 50a Občianskeho zákonníka),
- b) nájomná zmluva (§ 663 a nasl. Občianskeho zákonníka),

- c) príkazná zmluva (§ 824 a nasl. Občianskeho zákonníka),
- d) zmluva o ubytovaní (§ 754 a nasl. Občianskeho zákonníka),
- e) zmluvy o preprave (§ 760 a nasl. Občianskeho zákonníka),
- f) poisťné zmluvy (§788 a nasl. Občianskeho zákonníka).

Jednotlivým zmluvným typom používaným v oblasti cestovného ruchu ako právnym formám, prostredníctvom ktorých sa produkty podnikov cestovného ruchu dostanú od dodávateľa (poskytovateľa) ku konečnému zákazníkovi, sa venujeme v časti 11. a časti 12. tejto učebnice.

9.3.3. Vybrané subjekty oprávnené distribuovať produkty a služby cestovného ruchu

Zákon č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov upravuje:

- a) práva a povinnosti súvisiace s poskytovaním služieb cestovného ruchu na základe zmluvy o zájazde alebo s poskytovaním spojených služieb cestovného ruchu,
- b) pôsobnosť orgánov verejnej správy v oblasti cestovného ruchu,
- c) niektoré podmienky podnikania v cestovnom ruchu a
- d) zodpovednosť a sankcie za porušenie povinností.

Okrem špecifikácie zmluvy o zájazde obsahuje predmetný zákon úpravu subjektov, ktoré sú oprávnené distribuovať produkty a služby cestovného ruchu. Ide o cestovnú kanceláriu a cestovnú agentúru.

Cestovnou kanceláriou je obchodník (podnikateľ), ktorý:

- a) kombinuje služby cestovného ruchu na účely zostavenia zájazdu,
- b) predáva alebo ponúka na predaj zájazdy a uzatvára zmluvu o zájazde alebo
- c) sprostredkúva spojené služby cestovného ruchu.

Cestovná kancelária má výlučné právo:

a) **uzatvárať zmluvy o zájazde:**

- vo vlastnom mene,
- prostredníctvom iného obchodníka alebo
- spolu s iným obchodníkom,

b) **zasielať údaje, ktoré sa týkajú cestujúceho, inému obchodníkovi** (napr. obchodníkovi prostredníctvom prepojených online rezervačných systémov, pri ktorých obchodník, s ktorým je uzatvorená prvá zmluva o službe cestovného ruchu, zasiela

meno a priezvisko, platobné údaje a elektronickú adresu cestujúceho ďalšiemu obchodníkovi a s týmto obchodníkom sa uzatvorí zmluva o službe cestovného ruchu najneskôr 24 hodín po potvrdení rezervácie prvej služby cestovného ruchu),

c) **spostredkovať spojené služby** cestovného ruchu.

Cestovná kancelária ďalej:

- a) **vytvára kombinácie služieb** cestovného ruchu, **ktoré nie sú zájazdmi, ponúka a predáva ich** inej cestovnej kancelárii alebo cestovnej agentúre na účel ďalšieho predaja,
- b) **ponúka a predáva služby** cestovného ruchu,
- c) **spostredkúva predaj služieb** cestovného ruchu pre inú cestovnú kanceláriu, cestovnú agentúru alebo iné osoby (najmä dopravcov alebo prevádzkovateľov ubytovacích zariadení),
- d) **spostredkúva predaj zájazdov pre inú cestovnú kanceláriu,**
- e) **predáva predmety súvisiace** s cestovným ruchom (napr. turistické mapy, plány miest, spomienkové predmety a pod).

Cestovnou agentúrou je obchodník (podnikateľ), ktorý v rozsahu predmetu podnikania:

- a) **vytvára kombinácie služieb cestovného ruchu, ktoré nie sú zájazdmi, ponúka a predáva ich** inej cestovnej kancelárii alebo cestovnej agentúre **na účel ďalšieho predaja,**
- b) **ponúka a predáva služby** cestovného ruchu,
- c) **spostredkúva predaj služieb cestovného ruchu** pre inú cestovnú kanceláriu, cestovnú agentúru alebo iné osoby, najmä dopravcov alebo prevádzkovateľov ubytovacích zariadení,
- d) **spostredkúva predaj zájazdov** pre inú cestovnú kanceláriu,
- e) predáva predmety súvisiace s cestovným ruchom.

Prevádzkovanie cestovnej kancelárie alebo cestovnej agentúry je podnikaním na základe živnostenského oprávnenia. Vo všeobecnosti môžeme skonštatovať, že predmet činnosti cestovnej agentúry je okrem tvorby zájazdov a spostredkúvania spojených služieb cestovného ruchu podobný predmetu činnosti cestovnej kancelárie. Cestovná kancelária alebo agentúra nesmie spostredkovať predaj zájazdu v prospech osoby, ktorá nie je cestovnou kanceláriou.

Uzatvoriť zmluvu o zájazde a spostredkovať spojené služby cestovného ruchu môže iba cestovná kancelária, ktorá má uzatvorené **poistenie pre prípad úpadku** (t. j. proti insolventnosti) na sumu vo výške najmenej 30 % ročných plánovaných tržieb z predaja zájazdov a spojených služieb cestovného ruchu.

Dohľad nad dodržiavaním povinností cestovnej kancelárie a cestovnej agentúry vykonáva **Slovenská obchodná inšpekcia**.

Tradičné cestovné kancelárie sú v súčasnosti **pod konkurenčným tlakom** online cestovných kancelárií alebo agentúr (OTA – *online travel agency*), ako napr. EXPEDIA cestovná agentúra, s.r.o. a internetových rezervačných systémov ako napr. Booking.com (Slovakia) s. r. o. Ich obľúbenosť rastie najmä v generáciách Y a Z.

Spomenuli sme, že **prevádzkovanie cestovnej kancelárie alebo prevádzkovanie cestovnej agentúry je podnikaním na základe živnostenského oprávnenia**. Podmienky živnostenského podnikania a kontrolu nad ich dodržiavaním upravuje živnostenský zákon. So sprostredkovaním služieb cestovného ruchu **súvisia aj iné druhy živností, najmä:**

- a) horská vodcovská činnosť vrátane vedenia a sprevádzania osôb po turistických chodníkoch a trasách,
- b) horská sprievodcovská činnosť,
- c) **sprievodca cestovného ruchu**,
- d) masérске služby,
- e) wellness masérске služby,
- f) ubytovacie služby v ubytovacích zariadeniach s prevádzkovaním pohostinských činností v týchto zariadeniach,
- g) zmenárne.

Živnosťou je sústavná činnosť prevádzkovaná samostatne, vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku alebo za účelom dosiahnutia merateľného pozitívneho sociálneho vplyvu (ak ide o hospodársku činnosť registrovaného sociálneho podniku podľa osobitného predpisu) a za podmienok ustanovených živnostenským zákonom.

Všeobecné podmienky prevádzkovania živnosti musí spĺňať každý podnikateľ, ktorý plánuje prevádzkovať živnosť, a to pri akejkoľvek živnosti (t. j. remeselnej, voľnej aj viazanej). Všeobecnými podmienkami prevádzkovania živnosti sú:

- a) dosiahnutie veku 18 rokov,
- b) spôsobilosť na právne úkony,
- c) bezúhonnosť.

Za bezúhonného sa nepovažuje ten, kto bol právoplatne odsúdený za trestný čin hospodársky, trestný čin proti majetku alebo iný trestný čin spáchaný úmyselne, ktorého skutková podstata súvisí s predmetom podnikania, ak sa naňho nehľadí, akoby nebol odsúdený.

Všeobecné podmienky pri živnosti prevádzkovanou:

- a) fyzickou osobou (živnostníkom) musí spĺňať táto fyzická osoba (živnostník);

- b) slovenskou právnickou osobou musí spĺňať fyzická osoba alebo osoby, ktoré sú jej štatutárnym orgánom; keďže od roku 2016 v SR platí aj trestná zodpovednosť právnických osôb,²⁶⁵ tak podmienku bezúhonnosti musí súčasne spĺňať aj samotná právnická osoba;
- c) podnikom zahraničnej osoby musí spĺňať osoba vedúceho podniku zahraničnej osoby;
- d) organizačnou zložkou podniku zahraničnej osoby musí spĺňať osoba vedúceho organizačnej zložky podniku zahraničnej osoby. Aj pri zahraničnej právnickej osobe musí podmienku bezúhonnosti súčasne spĺňať aj samotná zahraničná právnická osoba.

Okrem všeobecných podmienok, ktoré musí spĺňať podnikateľ pri každej živnosti, tak pri remeselných a viazaných živnostiach musí podnikateľ spĺňať aj osobitné podmienky prevádzkovania živnosti.

Osobitnými podmienkami prevádzkovania remeselných a viazaných živností sú odborná alebo iná spôsobilosť podľa živnostenského zákona alebo iných zákonov získaná vyučením v odbore alebo inak ako vyučením v odbore. Osobitné podmienky pri remeselnej alebo viazanej živnosti prevádzkovej fyzickou osobou (živnostníkom) musí spĺňať táto fyzická osoba (živnostník). Ak ich nespĺňa, alebo ak tieto osobitné podmienky síce spĺňa, ale nemá bydlisko na území SR a ani oprávnenie na pobyt na území SR, tak je povinná ustanoviť zodpovedného zástupcu. V prípade právnickej osoby musí osobitné podmienky spĺňať jej zodpovedný zástupca.

Sprevodca cestovného ruchu musí získať **osvedčenie o absolvovaní akreditovaného vzdelávacieho programu v odbore** vydané vzdelávacou inštitúciou akreditovanou Ministerstvom školstva Slovenskej republiky.

Zákon č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov začleňuje **k právnickým osobám, ktoré pôsobia v cestovnom ruchu aj turistické informačné centrá.** Turistické informačné centrum **môžu zriadiť alebo založiť**:

- a) **krajská organizácia** cestovného ruchu,
- b) **oblastná organizácia** cestovného ruchu,
- c) **obec** alebo
- d) **iný subjekt.**

Ide o **účelové zariadenie**, ktoré (v rámci daného kraja, oblasti alebo obce) **zabezpečuje**:

- a) **zber, spracúvanie a poskytovanie informácií** z oblasti cestovného ruchu,

²⁶⁵Zákon č. 91/2016 Z.z. o trestnej zodpovednosti právnických osôb a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

- b) **kontinuálne informovanie domácich a zahraničných návštevníkov poskytovaním informácií** na základe aktualizácie ich obsahu, mapovania atraktivít daného regiónu, produktov cestovného ruchu a podujatí.

Krajská alebo oblastná organizácia cestovného ruchu prostredníctvom turistických informačných centier **iniciuje alebo zabezpečuje tvorbu, manažment a prezentáciu produktov cestovného ruchu**. Oblastná organizácia cestovného ruchu prostredníctvom nich môže aj:

- a) **aktualizovať integrovaný informačný systém** vo svojej pôsobnosti,
b) **mapovať produkty, aktivity a hodnoty cieľového miesta** vo svojom území v spolupráci s obcami, členmi oblastnej organizácie cestovného ruchu a zástupcami odbornej verejnosti.

Činnosť turistických informačných centier podporuje aj **Ministerstvo dopravy Slovenskej republiky** (napr. aj poskytovaním dotácií). Od januára 2024 má vzniknúť nové Ministerstvo športu a cestovného ruchu Slovenskej republiky, ktoré má byť ústredným orgánom štátnej správy pre oblasť cestovného ruchu.

9.4. DISTRIBÚCIA LIEKOV

Špecifické zákonné požiadavky na distribúciu liekov konečnému spotrebiteľovi môžeme zhrnúť do týchto oblastí:

- požiadavky na vstup do odvetvia (osobitné povolenie),
- požiadavky na ponúkaný sortiment,
- regulácia otváracích hodín,
- požiadavky na niektoré osobitné druhy distribučných kanálov (napr. pre predaj cez internet),
- požiadavky na obchodné miesto,
- požiadavky na odbornú spôsobilosť predajcov,
- regulácia samotného procesu predaja a súvisiacich marketingových aktivít.

Tieto zákonné požiadavky podrobnejšie rozoberieme v nasledujúcom texte.

Hlavným prameňom práva regulujúcim predaj liekov je **zákon č. 362/2011 Z.z o liekoch a zdravotníckych pomôckach** a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o liekoch“).

Liekom je liečivo alebo zmes liečiv a pomocných látok, ktoré sú upravené technologickým procesom do liekovej formy a sú určené na ochranu pred chorobami, na diagnostiku alebo liečenie chorôb alebo na ovplyvňovanie fyziologických funkcií.

K liekom neradíme **výživové doplnky**, ktoré sú definované ako potravina slúžiaca na doplnenie prirodzenej stravy. Ide o koncentrované zdroje živín, ako sú vitamíny a minerálne látky alebo zdroje iných látok s výživovým alebo fyziologickým účinkom. Vydávanie liekov je súčasťou **lekárskej starostlivosti**, ktorá je definovaná v zákone o liekoch ako činnosť zahŕňajúca **zabezpečovanie, uchovávanie, prípravu, kontrolu a výdaj liekov** ako aj **poskytovanie odborných informácií a rád** o liekoch, zdravotníckych pomôckach a dietetických potravinách potrebných na kvalitné poskytovanie zdravotnej starostlivosti podľa bezpečnej a racionálnej liekovej terapie. Súčasťou lekárskej starostlivosti je tiež **internetový výdaj liekov a zdravotníckych pomôcok** (§ 20).

Lekárska starostlivosť sa poskytuje v lekárnach, pričom zákon rozlišuje medzi:

- **nemocničnou lekárňou**, ktorá je neoddeliteľnou súčasťou ústavného zdravotníckeho zariadenia;
- **verejnou lekárňou**, ktorá poskytuje lekársku starostlivosť vrátane individuálnej prípravy liekov pre verejnosť, pre ambulantné ale tiež ústavné zdravotnícke zariadenie, ak toto zariadenie nemá nemocničnú lekárňu;
- **pobočkou verejnej lekárne**.

Osobitné postavenie majú **výdajne zdravotníckych pomôcok**, samostatné **výdajne ortopedicko-protetických zdravotníckych pomôcok** a **výdajne audio-protetických zdravotníckych pomôcok**.

Základný sortiment nemocničnej a verejnej lekárne tvoria:

- a) liečivá a humánne lieky, ktoré sú uvedené v zozname kategorizovaných liekov;
- b) zdravotnícke pomôcky;
- c) dietetické potraviny.

Doplnkový sortiment a iný sortiment lekárne môžu tvoriť produkty ako detská výživa, prírodné liečivé vody, prírodné minerálne vody, potraviny na osobitné výživové účely, kozmetické výrobky, dezinfekčné prostriedky, antiseptiká, registrované veterinárne lieky a iné výrobky určené na ochranu a podporu zdravia ľudí a zvierat, ktoré spĺňajú požiadavky na uvedenie na trh.

Čo sa týka predaja **výživových doplnkov**, táto oblasť je regulovaná zákonom č. 152/1995 Z.z. o potravinách v platnom znení, pričom platí, že výživový doplnok je umiestňovaný na trh **v dávkovanej forme**, ako sú kapsuly, pastilky, tablety, piluly a ostatné

podobné formy, vrecúška s práškom, ampulky s tekutinami, fľašky s dávkovačom kvapiek a ostatné podobné formy tekutín a práškov navrhnuté tak, aby ich bolo možné brať v odmeraných malých jednotkových množstvách. Zároveň platí, že výživové doplnky môžu byť umiestňované na trh len ako balené. Požiadavky na výživový doplnok sú upravené samostatným právnym predpisom, vyhláškou, ktorú vydáva Ministerstvo zdravotníctva SR.

Zákon o liekoch tiež ustanovuje špecifické podmienky pre udelenie povolenia na prevádzkovanie lekárne a výdajne zdravotníckych pomôcok. Povolenie na poskytovanie lekárenskej starostlivosti v nemocničnej lekárni vydáva Ministerstvo zdravotníctva SR. Povolenie na poskytovanie lekárenskej starostlivosti vo verejnej lekárni a vo výdajni zdravotníckych pomôcok vydáva samosprávny kraj na základe preneseného výkonu štátnej správy na úseku humánnej farmácie. Príslušným je samosprávny kraj podľa zamýšľaného miesta prevádzkovania lekárne.

Samosprávny kraj alebo ministerstvo po preverení splnenia všetkých podmienok udolí žiadateľovi povolenie. Následne je možné začať s prevádzkovaním činnosti lekárne. Pri poskytovaní lekárenskej starostlivosti uhrádzanej alebo čiastočne uhrádzanej na základe verejného zdravotného poistenia je držiteľ povolenia na poskytovanie lekárenskej starostlivosti povinný mať uzatvorenú zmluvu o poskytovaní lekárenskej starostlivosti so zdravotnou poisťovňou poistenca v zmysle zákona č. 581/2004 Z. z. o zdravotných poisťovniach, dohľade nad zdravotnou starostlivosťou a o zmene a doplnení niektorých zákonov v platnom znení.

Budúci prevádzkovateľ lekárne spolu so žiadosťou o vydanie povolenia predloží samosprávnemu kraju na schválenie tiež prevádzkový poriadok, ktorý okrem pravidiel prevádzky obsahuje tiež **návrh otváracích hodín** (prevádzkového času). Schválený prevádzkový čas musí byť umiestnený na viditeľnom mieste a musí byť dodržiavaný. Minimálny prevádzkový čas **verejnej lekárne** je daný **rozsahom ustanoveného týždenného pracovného času**. **Pobočka verejnej lekárne** môže fungovať aj **v kratšom čase**, ako je ustanovený týždenný pracovný čas.

V čase mimo prevádzkového času schváleného samosprávnym krajom sa dostupnosť lekárenskej starostlivosti zabezpečuje prostredníctvom **lekárskej pohotovostnej služby**. Túto službu organizuje samosprávny kraj v spolupráci so Slovenskou lekárnickou komorou tak, aby pohotovosť vykonávala lekáreň v spádovom území totožnom s územím pre fungovanie pevnej ambulantnej pohotovostnej služby. Pohotovostná lekárenská služba sa poskytuje v pracovných dňoch v čase od 16:00 do 22:30 hodiny a v dňoch pracovného pokoja v čase od 7:00 do 22:30 hodiny.

Zákon stanovuje **špeciálne požiadavky pre osobitný distribučný kanál**, ktorým je predaj liekov cez internet, nazývaný aj **internetový výdaj**. Internetovým výdajom je výdaj lieku alebo zdravotníckej pomôcky prostredníctvom služieb informačnej spoločnosti na základe elektronického formulára objednávky uverejneného na webovom sídle verejnej lekárne. Predmetom internetového výdaja môžu byť len registrované lieky, ktorých výdaj nie je viazaný na lekársky predpis. Internetový výdaj, a to aj do zahraničia, môže vykonávať len držiteľ povolenia na poskytovanie lekárenskej starostlivosti vo verejnej lekárni. Iným osobám sa vykonávanie internetového výdaja zakazuje.

Držiteľ povolenia na poskytovanie lekárenskej starostlivosti zabezpečujúci internetový výdaj je povinný:

- a) vydať liek s obsahom drogového prekursora len v takom počte balení, v akom je to potrebné na jeden liečebný cyklus,
- b) dodržiavať a zverejňovať na svojom webovom sídle podmienky internetového výdaja, a to:
 1. informáciu o ponúkanom sortimente liekov a zdravotníckych pomôcok, ich cene, nákladoch spojených s internetovým výdajom a informáciu o celkovej cene za objednaný sortiment,
 2. informáciu o lehote, počas ktorej je viazaný svojou ponukou vrátane ceny,
 3. informáciu o práve objednávateľa odstúpiť od zmluvy, ktorej predmetom je internetový výdaj,
 4. identifikačné údaje osôb zabezpečujúcich internetový výdaj,
- c) zabezpečiť prepravu zásielky tak, aby sa zabezpečilo zachovanie kvality zasielaných liekov alebo zdravotníckych pomôcok, a to aj vtedy, ak zabezpečuje prepravu zásielky inou osobou,
- d) umožniť vrátenie liekov alebo zdravotníckych pomôcok po ich reklamácií spôsobom, ktorý nespôsobí objednávateľovi náklady;
- e) oznámiť štátnemu ústavu dátum začatia internetového výdaja a názov, adresu webového sídla, prostredníctvom ktorého sa internetový výdaj vykonáva,
- f) zverejniť na svojom webovom sídle kontaktné údaje o štátnom ústave, hypertextový odkaz na webové sídlo a spoločné logo, ktoré musí byť neprehliadnuteľne uvedené na každej strane webového sídla, prostredníctvom ktorého sa internetový výdaj vykonáva.

Lieky a zdravotnícke pomôcky určené na internetový výdaj do iných členských štátov EÚ musia spĺňať požiadavky podľa právnych predpisov štátu, do ktorého sú zasielané. Do Slovenskej republiky možno zabezpečovať internetový výdaj len z členských štátov EÚ. V

prípade liekov pochádzajúcich z tretích krajín (mimo EÚ) musí byť každá šarža podrobená v EÚ analýze všetkých účinných látok v súlade s podmienkami registrácie.

Osobitne je tiež regulovaný **predaj výživových doplnkov** prostredníctvom **predaja na diaľku**. Každý, kto uvádza výživový prostriedok na trh prostredníctvom predaja na diaľku, musí byť registrovaný organizáciou poverenou Ministerstvom zdravotníctva SR. Zároveň musí na svojom webovom sídle uvádzať okrem svojich identifikačných údajov, obchodných, platobných a dodacích podmienok tiež presnú špecifikáciu výživového doplnku uvedením jeho názvu ako aj ceny.

Právne požiadavky na obchodné miesto pri predaji liekov zahŕňajú napr. požiadavky na názov alebo obchodné meno verejnej lekárne, pobočky verejnej lekárne a nemocničnej lekárne, ktoré musí obsahovať označenie „lekáreň“. Iné osoby nesmú vo svojom názve alebo obchodnom mene používať slovo „lekáreň“ ani jeho preklad v inom jazyku.

Podmienkou na zaobchádzanie s liekmi a so zdravotníckymi pomôckami je aj materiálne a priestorové vybavenie a personálne zabezpečenie na požadovaný druh a rozsah činnosti. Materiálne a priestorové vybavenie musí spĺňať požiadavky na odborné poskytovanie lekárenskej starostlivosti pri

- príprave, kontrole, uchovávaní, výdaji liekov a poskytovaní informácií o nich,
- pri zhotovovaní, uchovávaní a výdaji zdravotníckych pomôcok,
- pri uchovávaní a výdaji dietetických potravín,
- pri internetovom výdaji.

Splnenie podmienok týkajúcich sa materiálneho a priestorového vybavenia lekárne posudzuje Štátny ústav pre kontrolu liečiv.

Zákon stanovuje tiež požiadavky na odbornú spôsobilosť osôb poskytujúcich lekárenskú starostlivosť vo verejnej lekární. Túto môžu poskytovať:

- a) fyzická osoba, ktorá získala vysokoškolské vzdelanie druhého stupňa v študijnom odbore farmácia a má odbornú prax najmenej päť rokov v lekární alebo má špecializáciu v odbore lekárenstvo,
- b) fyzická alebo právnická osoba, ak ustanovila odborného zástupcu, ktorý spĺňa požiadavky na odbornú spôsobilosť podľa písmena a).

Lekárenskú starostlivosť vo výdajni zdravotníckych pomôcok môžu poskytovať:

- a) fyzická osoba, ktorá získala vysokoškolské vzdelanie druhého stupňa v študijnom odbore farmácia, alebo zdravotnícke a diagnostické pomôcky alebo stredoškolské vzdelanie na

strednej zdravotníckej škole s maturitou v študijnom odbore farmaceutický laborant a má špecializáciu v odbore zdravotníckej pomôcky alebo lekárstvo,

- b) fyzická alebo právnická osoba, ak ustanovila odborného zástupcu, ktorý spĺňa požiadavky na odbornú spôsobilosť podľa písmena a).

Zaobchádzať s liekmi a so zdravotníckymi pomôckami môže fyzická osoba, ak dovŕšila vek 18 rokov, je spôsobilá na právne úkony, dôveryhodná, bezúhonná a odborne spôsobilá. V prípade právnickej osoby podmienku bezúhonnosti a dôveryhodnosti musí spĺňať aj odborný zástupca, ktorý je členom štatutárneho orgánu právnickej osoby.

Na účel zaobchádzania s liekmi a so zdravotníckymi pomôckami je dôveryhodnou osobou taká fyzická osoba a právnická osoba, ktorá dva roky pred podaním žiadosti o povolenie nemala zrušené povolenie na poskytovanie lekárenskej starostlivosti. Za bezúhonnú osobu sa na účel tohto zákona považuje osoba, ktorá nebola právoplatne odsúdená za trestný čin, ktorého skutková podstata súvisí so zaobchádzaním s liekmi a so zdravotníckymi pomôckami, s omamnými látkami, s psychotropnými látkami, s drogovými prekurzormi alebo za iný trestný čin spáchaný úmyselne alebo na ktorú sa hľadí, že nebola za takýto trestný čin odsúdená. Bezúhonnosť sa preukazuje výpisom z registra trestov.

Zákon obsahuje aj **reguláciu procesu predaja liekov a súvisiacich marketingových aktivít**. Držiteľ povolenia na poskytovanie lekárenskej starostlivosti **nesmie** sám alebo prostredníctvom iných osôb pacientovi **poskytovať, ponúkať alebo sľúbiť peňažné plnenia alebo nepeňažné plnenia**, výhody alebo dary majetkovej či nemajetkovej povahy v súvislosti s výdajom humánneho lieku, ktorého výdaj je viazaný na lekársky predpis, dietetickej potraviny, alebo zdravotníckej pomôcky, ak sú uhrádzané na základe verejného zdravotného poistenia.

Držiteľovi povolenia na poskytovanie lekárenskej starostlivosti **sa zakazuje zúčastňovať sa na inom ako odbornom podujatí** financovanom, sponzorovanom alebo inak priamo alebo nepriamo finančne alebo materiálne podporovanom držiteľom povolenia na výrobu liekov, veľkodistribúciu liekov alebo držiteľom registrácie humánneho lieku alebo treťou osobou na základe dohody uzavretej s niektorým z uvedených subjektov. Rovnako tak sa týmto osobám **zakazuje** akoukoľvek formou priamo, nepriamo alebo prostredníctvom tretej osoby **navádzať, podnecovať alebo iným spôsobom ovplyvňovať predpisujúceho lekára** pri predpisovaní humánneho lieku, zdravotníckych pomôcok alebo dietetických potravín.

Držiteľ povolenia je povinný pravidelne každý polrok vypracovávať a predkladať Národnému centru zdravotníckych informácií správu o výdavkoch na propagáciu, marketing a

na peňažné a nepeňažné plnenia. Táto správa musí obsahovať údaje o výdavkoch v nasledujúcom členení:

- a) výdavky na marketing,
- b) výdavky na propagáciu lieku,
- c) výdavky na peňažné alebo nepeňažné plnenia poskytnuté priamo alebo nepriamo zdravotníckemu pracovníkovi alebo poskytovateľovi zdravotnej starostlivosti.

9.5. DISTRIBÚCIA ALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV

Pravidlá predaja a distribúcie alkoholických nápojov sú značne prísnejšie v porovnaní s predajom a distribúciou iného tovaru. Požiadavka osobitnej regulácie vyplýva z následkov neprimeranej konzumácie alkoholu, „vďaka“ ktorým získal tento produkt prvenstvo v populácii ako rizikový faktor úmrtia a poškodenia zdravia. Neprimeraná konzumácia alkoholických nápojov priamo ovplyvňuje kognitívne funkcie konzumentov, znižuje sebaovládanie, zvyšuje emotívnosť, impulzívnosť, sebavedomie a agresivitu. Podľa zistení Svetovej zdravotníckej organizácie (WHO) sa jeho nadmerné pitie podieľa na vzniku viac ako 60 chorôb a poškodení zdravia. Nezanedbateľné sú tiež sociálne poškodenia zapríčinené nadmerným pitím – disharmonické rodiny, znížený pracovný výkon, strata práce, spoločenské konflikty a priestupky.

Z uvedených dôvodov je osobitná regulácia predaja a distribúcie alkoholu spoločensky žiaduca. Požiadavky na dôslednú kontrolu predaja a distribúcie alkoholických nápojov vyplýva z Európskeho akčného plánu znižovania škodlivých účinkov alkoholu 2012 – 2020, ktorý bol schválený počas 61. zasadnutia Regionálneho výboru WHO pre Európu v Baku v roku 2011 a z Globálnej stratégie znižovania škodlivých účinkov alkoholu prijatej na 63. zasadnutí zdravotníckeho zhromaždenia WHO v Ženeve v roku 2010, z ktorej zároveň vychádza **Národný akčný plán pre problémy s alkoholom na roky 2021-2030**, prijatý Uznesením vlády SR č. 45/2022 zo dňa 19.1.2022.

K najvýznamnejším cieľom, ktorý chce Národný akčný plán dosiahnuť, patrí zvýšenie efektívnosti kontroly predaja alkoholických nápojov, kontroly veku kupujúceho, kontroly požívania alkoholu na pracoviskách a v doprave, ako aj dôslednejšia regulácia pôsobenia predajcov či distribútorov a kontrola podmienok predaja. V tejto súvislosti boli prijaté osobitné opatrenia na úrovni obmedzovania ponuky alkoholu, medzi ktoré patria:

- kontrola predaja alkoholických nápojov nepľnoletým osobám,
- zákaz predaja alkoholických nápojov na verejných miestach a hromadných podujatiach,

- kontrola nelegálneho obchodovania s alkoholom,
- poskytovanie podpory ekonomicky alternatívnym činnostiam.

K osobitne účinným nástrojom regulácie konzumácie alkoholických nápojov patrí **zdaňovanie alkoholických nápojov**, konkrétne piva, vína, liehu, ako aj medziproduktov. Právna regulácia zdaňovania alkoholických nápojov je obsiahnutá v zákone č. 530/2011 Z. z. o spotrebnej dani z alkoholických nápojov v platnom znení.

V tomto zákone je zavedený **system dohľadu štátu** (prostredníctvom príslušného **colného úradu**) nad výrobou, dovozom a predajom piva, vína a medziproduktu, pod ktorým sa rozumie alkoholický nápoj iný ako víno, ktorý má skutočný obsah alkoholu viac ako 1,2 % objemu avšak najviac 22 % objemu.

Samostatne je upravený dohľad nad pohybom spotrebiteľských balení liehu od výroby každej fľaše liehu a liehoviny až jej dovozu k spotrebiteľovi, a to formou licencií – povolení na predaj a distribúciu spotrebiteľského balenia liehu. Predávať spotrebiteľské balenie v daňovom voľnom obehú možno len na základe:

- **povolenia na predaj** spotrebiteľského balenia v daňovom voľnom obehú, ktorá umožňuje predávať spotrebiteľské balenie iba konečnému spotrebiteľovi, alebo
- **oprávnenia na distribúciu** spotrebiteľského balenia v daňovom voľnom obehú, ktoré umožňuje predávať spotrebiteľské balenie ďalšej osobe oprávnenej na distribúciu alebo osobe, ktorá má povolenie na predaj, ako aj konečnému spotrebiteľovi a osobe, ktorá je držiteľom povolenia na predaj.

Zo **zákona č. 219/1996 Z.z. o ochrane pred zneužívaním alkoholických nápojov** a o zriaďovaní a prevádzke protialkoholických záchytných izieb vyplývajú ďalej obmedzenia pri predaji alkoholu:

Zakazuje sa:

- predávať** alebo **podávať alkoholické nápoje** alebo **inak umožňovať ich požívanie:**
 - a) osobám mladším ako 18 rokov,
 - b) osobám zjavne ovplyvneným alkoholom,
 - c) v zdravotníckych zariadeniach s výnimkou kúpeľných liečební pre dospelých,
 - d) na zhromaždeniach a verejných kultúrnych podujatiach s výnimkou piva a vína,
 - e) na verejných kultúrnych podujatiach určených pre osoby mladšie ako 18 rokov;
- podávať alkoholické nápoje** alebo **inak umožňovať ich bezprostredné požitie vodičom.**

Každý, kto predáva alebo podáva alkoholické nápoje, na ktoré sa vzťahujú uvedené zákazy, je povinný odoprieť ich predaj alebo podanie osobe, o ktorej má pochybnosť, či spĺňa podmienku veku, kým ju nepreukáže.

Čo sa týka časového obmedzenia (**otváracích hodín**), počas ktorých môže dochádzať k predaju alkoholických nápojov, zo zákona nevyplýva priama limitácia, ale **obce môžu** vo svojich územných obvodoch alebo v určitých častiach svojho územného obvodu **obmedziť alebo zakázať v určitých hodinách alebo dňoch predaj, podávanie alebo požívanie** alkoholických nápojov v zariadeniach spoločného stravovania a v predajniach potravín aj na iných verejne prístupných miestach.

Použitá literatúra

1. BALKO, L., BABČÁK, V. a kol.: *Finančné právo*. Bratislava : Poradca podnikateľa a Bratislavská vysoká škola práva, 2006, ISBN 80-88931-53-3, 680 s.
2. BAKEŠ, M., KARFÍKOVÁ, M., KOTÁB, P., MARKOVÁ, H. a kol.: *Finanční právo. 5. upravené vydání*. Praha : C. H. Beck, 2009, ISBN 978-80-7400-801-6, 576 s.
3. BARANCOVÁ, H. a kol. *Medicínske právo*. Bratislava : Veda, 2008, 425 s., ISBN 80-224-1007-6.
4. ELIÁŠ, K.: *Obchodní zákoník. Praktické poznámkové vydání s výběrem judikatury od roku 1990. 5. přepracované a rozšířené vydání*. Praha : Linde, 2006, ISBN 80-7201-624-5, 976 s.
5. ELIÁŠ, K., BARTOŠÍKOVÁ, M., POKORNÁ, J. a kol.: *Kurs obchodního práva. Právnícké osoby jako podnikatelé. 5. vydání*. Praha : C. H. Beck, 2005, ISBN 80-7179-391-4, 617 s.
6. FEDOROVÁ, K. *Medicínske právo*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2021, 136 s., ISBN 978-80-571-036-15.
7. FERNER, F.K. *Marketing cestovného ruchu v praxi*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1993, 154 s., ISBN 80-08-01978-6.
8. FISCHER, S., ŠKODA, J. *Sociální patologie. Analýza příčin a možnosti ovlivňování závažných sociálně patologických jevů. 1. vyd.* Praha : Grada Publishing, 2009, 218 s., ISBN 978-80-247-278-13.
9. GAJDOŠÍK, T., GAJDOŠÍKOVÁ, Z., MARČEKOVÁ, R. *Informačné technológie v cestovnom ruchu*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017, 208 s., ISBN 978-80-816-858-73.
10. GÚČIK, M. *Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, 456 s., ISBN 978-80-571-027-31.
11. GÚČIK, M. *Marketing podnikov cestovného ruchu*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2018.

12. GÚČIK, M. a kol. *Kvalita a spokojnosť zákazníka v cestovnom ruchu*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2016, 208 s., ISBN 978-80-816-835-03.
13. HANULÁKOVÁ, E., DRÁBIK, P., ORESKÝ, M., ŽÁK, Š.: *Marketing. Nástroje, stratégie, ľudia a trendy*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, ISBN 978-80-571-0438-4, 364 s.
14. HENDRYCH, D. a kol. *Právnický slovník. 2 vyd.* Praha : C. H . Beck, 2003, 1320 s., ISBN 80-7179-740-5.
15. HESEKOVÁ, S., MIČÁTEK, V.: Finančnoprávny pohľad na potrebu zlepšenia ochrany a finančnej gramotnosti spotrebiteľov na finančnom trhu v SR. In: MRKÝVKA, P., ŠRÁMKOVÁ, D., VALDHANS, J. zost. : *Zborník príspevkov z konferencie – Interakce soukromého a finančního práva - Dny práva 2013* [online]. Brno : Masarykova univerzita, 2014, s. 128-148. Dostupné na:
http://www.law.muni.cz/sborniky/dny_prava_2013/09_Interakce_soukromeho_a_finančního_prava.pdf
16. HOLUB, D. a kol. *Základy práva pre ekonómov. 2. vydanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2021, 332 s., ISBN 978-80-571-0416-2.
17. HUDSON, S. *Tourism and hospitality marketing*. London : SAGE Publications Ltd., 2008, 490 s., ISBN 978-1-4129-4686-5.
18. CHOVANCOVÁ, B. a kol.: *Finančný trh: nástroje, transakcie, inštitúcie*. Bratislava : IURA EDITION, 2006, ISBN 80-8087-089-7, 612 s.
19. JANOVEC, M.: Odborná péče institucí působících na finančních trzích. In. MRKÝVKA, P, ŠRÁMKOVÁ, D., VALDHANS, J. (ed.): *Dny práva 2013. Interakce soukromého a finančního práva*. Brno : Masarykova univerzita, 2013, ISBN 978-80-210-6816-2, s. 191-198.
20. KARAU, T.: *Qualitätsmessung in der Versicherungsvermittlung. Eine empirische Untersuchung der Unterschiede zwischen Provisions- und Honorarvergütung in der Altersvorsorge. 1. Auflage*. Lohmar-Köln : JOSEF EUL VERLAG GmbH, 2015, ISBN 978-3-8441-0390-8, 336 s.
21. KIRÁĽOVÁ, A. *Marketing hotelových služieb*. Praha : Ekopress, 2006, 157 s., ISBN 80-869-290-51.
22. KITA, J. a kol.: *Marketing*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017, ISBN 978-80-8168-550-7, 424 s.
23. KOMISE PRO CENNÉ PAPIRY: *Metodika posuzování odborné péče. KCP. 2004*, s. 8. Dostupné na:

http://www.cnb.cz/cs/dohled_financni_trh/legislativni_zakladna/obchodnici_s_cp_inv_zp_rostredkovatele/download/metodika_odbp_20041015.pdf

24. KYNCL, L. a kol.: *Poznej svého klienta – základní zásada finančního práva*. Brno : Masarykova univerzita, 2012, ISBN 978-80- 210-6085-2, 165 s.
25. MAGUROVÁ, H. a kol. *Právo v podnikání*. Bratislava : Ekonóm, 2023, 238 s. ISBN 978-80-225-50-46-8.
26. MAGUROVÁ, H. a kol. *Základy práva v cestovnom ruchu pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2016, 184 s., ISBN 978-80-8168-491-3.
27. MARÁKOVÁ, V. *Marketingová komunikácia v cestovnom ruchu*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2016, 166 s., ISBN 978-80-8168-394-7.
28. MRKÝVKA, P. a kol.: *Finanční právo a finanční správa.1. díl*. Brno : Masarykova univerzita, 2004, ISBN 80-210-3578-1, 404 s.
29. MUSÍLEK, P.: *Trhy cenných papírů. 2. aktual. a rozšířené vydání*. Praha : Ekopress, s.r.o., 2011, ISBN 978-80-86929-70-5, 226 s.
30. Národný akčný plán pre problémy s alkoholom na roky 2021-2030
https://www.uvzsr.sk/index.php?option=com_content&view=article&id=4994:narodny-akny-plan-pre-problemy-s-alkoholom-na-roky-2021-2030&catid=108:materialy-schvalene-vladou
31. OVEČKOVÁ, O. a kol. *Obchodný zákonník 1 a 2 – Komentár*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2012, 1186 s. a 1002 s., ISBN 978-80-8078-434-8.
32. OVEČKOVÁ, O., ŽITŇANSKÁ, L. a kol.: *Obchodné právo. Závazkové právo. 2. vydanie*. Bratislava: IURIS LIBRI, 2013, ISBN 978-80-89635-05-4, 1056 s.
33. PATAKYOVÁ, M. a kol. *Obchodný zákonník. Komentár. 4. vyd.* Bratislava : C. H. Beck, 2013, 1712 s., ISBN 978-80-89603-12-1.
34. PAVLÁT, V. a kol.: *Kapitálové trhy. 2. doplněné vydání*. Praha : PROFESSIONAL PUBLISHING, 2005, ISBN 80-86419-87-8, 318 s.
35. PLÜCK, R., SCHMUTZLER, K. J., KÜHN, P.: *Kapitalmarktrecht: gesetzliche Regelungen und Haftungsrisiken für Finanzdienstleister*. Wiesbaden : Gabler, 2003, ISBN 978-3409540124, 294 s.
36. POLOUČEK, S. a kol.: *Peníze, banky, finanční trhy*. Praha : C. H. Beck, 2009, ISBN 978-80-7400-152-9, 440 s.
37. RADVAN, M., KYNCL, L., MOŽDIÁKOVÁ, M.: *Právo kapitálového trhu*. Brno : Masarykova univerzita, 2010, ISBN 978-80-210-5277-2, 61 s.

38. SIDAK, M., DURAČINSKÁ, M. a kol.: *Finančné právo. 2. vydanie.* Bratislava : C. H. Beck, 2014, ISBN 978-80-896-032-20, 528 s.
39. SLEZÁKOVÁ, A.: Právne aspekty vybraných pravidiel činnosti vo vzťahu ku klientom pri uskutočňovaní finančného sprostredkovania a finančného poradenstva. In: *STUDIA IURIDICA Cassoviensia*, ISSN 1339-3995, ročník 6, 2018, číslo 1.
40. SLEZÁKOVÁ, A., ŠIMONOVÁ, J., JEDINÁK, P. a kol.: *Zákon o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve. Komentár.* Bratislava : Wolters Kluwer, 2020, ISBN 978-80-571-0193-2, 496 s.
41. SOLOMON, M. R., MARSHALL, G. W., STUART, E. W.: *Marketing.* Brno: Computer Press, 2006, ISBN 80-251-1273-X, 572 s.
42. SPATH, D., BAUER, W., ENGSTLER, M.: *Innovationen und Konzepte für die Bank der Zukunft. Mit modernen Vertriebslösungen und optimierten Wertschöpfungsprozessen künftigen Herausforderungen begegnen. 1. Auflage.* Wiesbaden : Gabler, 2008, ISBN 978-3-8349-0943-5, 292 s.
43. SPREMANN, K.: *Wirtschaft, Investition und Finanzierung. 5. vollständig überarbeitete, ergänzte und aktualisierte Auflage.* München : De Gruyter Oldenbourg, 1996, ISBN 978-34-862-356-54, 752 s.
44. ŠKRINÁR, A., NEVOLNÁ, Z. a kol. *Obchodné právo. 2. rozšírené vydanie.* Plzeň : Aleš Čeněk, 2012, 376 s., ISBN 978-80-738-036-50.
45. ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol.: *Obchodní zákonník. Komentář. 13. vydání.* Praha : C. H. Beck, 2010, ISBN 978-80-7400-354-7, 1448 s.
46. VETERNÍKOVÁ, M. a kol. *Základy obchodného práva pre ekonómov. 2. vydanie.* Bratislava : Wolters Kluwer, 2023, 256 s., ISBN 978-80-571-0613-5.
47. ŽITŇANSKÁ, L., OVEČKOVÁ, O. a kol. *Obchodné právo. Záväzkové právo. 2. vydanie.* Bratislava : Iura Edition, 2013, 1055 s., ISBN 978-80-89635-05-4.
48. Právne predpisy podľa textu.

10. PRÁVNÁ ÚPRAVA OBCHODNOPRÁVNÝCH ZMLÚV V OBLASTI MARKETINGU

10.1. VŠEOBECNE O OBCHODNOPRÁVNÝCH ZMLUVÁCH

Na rozdiel od spotrebiteľských zmlúv, ktoré uzatvárajú dodávateľ – podnikateľ v rámci svojej obchodnej alebo inej podnikateľskej činnosti a spotrebiteľ – fyzická osoba za účelom uspokojenia vlastných potrieb, pričom môže ísť o napr. o občianskoprávnu alebo obchodnoprávnu zmluvu, ktorá sa vždy bude spravovať Občianskym zákonníkom (§ 52 ods. 2 OZ), obchodnoprávne zmluvy sú zmluvy upravené v Obchodnom zákonníku (ObZ), prípadne v osobitných právnych predpisoch, a to buď výslovne upravené v ObZ ako zmluvy **pomenované** (nominátne), napr. mandátna zmluva, zmluva o obchodnom zastúpení, licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva alebo zmluvy **nepomenované (inominátne)** uzatvorené v zmysle § 269 ods. 2 ObZ, napr. franchisingová zmluva.

Obchodnoprávne zmluvy v zmysle § 262 ObZ delíme na:

- a) **relatívne obchody** – ide o záväzkové vzťahy, ktoré uzatvárajú buď dvaja podnikatelia v rámci svojej podnikateľskej činnosti alebo na jednej strane podnikateľ pri výkone svojej podnikateľskej činnosti a na strane druhej subjekt verejného práva (napr. obec, vyšší územný celok alebo štátny orgán) v rámci zabezpečovania verejných potrieb alebo vlastnej prevádzky; dôležitá je teda povaha účastníkov zmluvy,
- b) **absolútne obchody** – sú to záväzkové vzťahy bez ohľadu na status subjektov, ktoré ich uzatvárajú, ktoré sa budú vždy spravovať ObZ, ide napr. o zmluvy uzatvárané v rámci obchodných spoločností a družstiev (medzi štatutárom, prokuristom pri výkone jeho poverenia a obchodnou spoločnosťou alebo družstvom alebo medzi spoločníkom obchodnej spoločnosti a spoločnosťou), ďalej sú to zmluvy výslovne uvedené v ObZ, ako napr. zmluva o predaji podniku, zmluva o úvere, zmluva o bankovom uložení veci, banková záruka, zmluva o bežnom účte, zmluva o tichom spoločenstve a iné, ako aj zmluvy týkajúce sa burzových obchodov a ich sprostredkovania a odplatné zmluvy týkajúce sa cenných papierov (§ 262 ods. 6 ObZ),
- c) **fakultatívne obchody** – môžu uzatvoriť účastníci iných zmluvných vzťahov ako vyššie uvedených (relatívne, absolútne obchody, ako aj absolútne neobchody), ktorí sa rozhodnú dobrovoľne podriadiť svoj zmluvný vzťah režimu ObZ, v tomto prípade vyžaduje dohoda zmluvných strán písomnú formu (§ 262 ods. 2 ObZ); zároveň je dôležité pripomenúť, že

sem nepatria zmluvy, kde na jednej strane vystupuje spotrebiteľ – fyzická osoba a na strane druhej podnikateľ pri výkone svojej podnikateľskej činnosti, ktoré sú považované za spotrebiteľské zmluvy a spravujú sa vždy Občianskym zákonníkom.

- d) **kombinované obchody** (nazývané aj **absolútne neobchody**) – sú to zmluvy uzatvorené medzi dvoma podnikateľmi týkajúce sa ich podnikateľskej činnosti alebo medzi podnikateľom pri výkone jeho podnikateľskej činnosti a subjektom verejného práva pri zabezpečovaní verejných potrieb alebo vlastnej prevádzky, ktoré sú upravené iba v Občianskom zákonníku ako napr. nájomná zmluva, poisťná zmluva, kúpna zmluva, ktorej predmetom sú nehnuteľnosti; v tomto prípade sa zmluvné strany spravujú príslušnými ustanoveniami zmluvy upravenej v Občianskom zákonníku a Obchodným zákonníkom (§ 262 ods. 9 ObZ).

10.2. NAJČASTEJŠIE POUŽÍVANÉ ZMLUVNÉ TYPY OBCHODNOPRÁVNÝCH ZMLÚV V OBLASTI MARKETINGU

10.2.1. Všeobecný výklad

Medzi najčastejšie používané zmluvné typy v oblasti marketingu v obchodných záväzkových vzťahoch, teda vo vzťahoch podnikateľ – podnikateľ patria obstarávateľské zmluvy (nazývané aj zmluvy príkazného typu), a to najmä mandátna zmluva, komisionárska zmluva, zmluva sprostredkovateľská a zmluva o obchodnom zastúpení a okrem obstarávateľských zmlúv aj licenčná zmluva a zmluva franchisingová (franšízová).

Zmluva je najčastejšie charakterizovaná ako dvojstranný právny úkon. Obsahom právnych úkonov, a teda aj zmlúv sú práva a povinnosti zmluvných strán. Medzi obsahové náležitosti zmluvy zaradíme:

- a) **podstatné zložky** sú nevyhnutné na platnosť zmluvy, napr. určenie zmluvných strán, predmetu záväzku, odplatnosť alebo bezodplatnosť zmluvy,
- b) **pravidelné zložky** sú pravidelnými obsahovými náležitosťami zmluvy, ich absencia však nespôsobuje jej neplatnosť, napr. dohoda zmluvných strán o mieste, čase, spôsobe plnenia a
- c) **náhodné zložky** napr. určenie času alebo podmienky.

Okrem obsahových náležitosti sú pre platnosť zmluvy dôležité aj **formálne náležitosti**. Pre Obchodný zákonník, podobne ako pre Občiansky zákonník je typická zásada neformálnosti právnych úkonov. Len pre niektoré obchodnoprávne zmluvné typy sa vyžaduje písomná forma

priamo zo zákona, napr. zmluva o obchodnom zastúpení, licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva, spoločenská zmluva obchodnej spoločnosti atď. Napriek tomu je vhodné a v súlade so zásadou prevencie pri uzatváraní zmlúv text zmluvy vyhotoviť v písomnej forme. V prípade nedodržania zákonnej písomnej formy hovoríme o absolútnej neplatnosti zmluvy, pri nedodržaní účastníkmi dohodnutej písomnej formy zmluvy ide o tzv. relatívnu neplatnosť zmluvy.

Vo všeobecnosti rozlišujeme **zastúpenie zákonné**, keď je zástupca ustanovený napr. na základe rozhodnutia súdu (napr. pri obmedzení spôsobilosti fyzickej osoby na právne úkony ustanoví súd takejto osobe opatrovníka, ktorý za ňu robí právne úkony voči tretím osobám a orgánom štátnej či verejnej moci), alebo zo zákona (napr. zo zákona o rodine vyplýva, že právne úkony za maloleté deti robia ich rodičia) a **zastúpenie zmluvné**, ktoré vzniká na základe plnomocenstva. Pri obstarávateľských zmluvách (zmluvách príkazného typu) ide o zastúpenie zmluvné, pričom je potrebné odlišiť, či ide o **zastúpenie priame** (konanie zástupcu v mene a na účet zastúpeného) alebo **nepriame zastúpenie** (konanie zástupcu vo svojom vlastnom mene a na účet zastúpeného). Pri zastúpení zároveň rozlišujeme **vnútorný vzťah** medzi zástupcom a zastúpeným a **vonkajší vzťah** medzi zástupcom a treťou osobou alebo medzi zastúpeným a treťou osobou.

Vzhľadom na duálnu reguláciu záväzkových vzťahov v Obchodnom zákonníku a v Občianskom zákonníku je nutné rozlišovať:

1. zmluvy príkazného typu, ktoré sú upravené v Obchodnom zákonníku:
 - a) mandátnu zmluvu (§ 566 - § 576),
 - b) komisionársku zmluvu (§ 577 - § 590),
 - c) zmluvu o kontrolnej činnosti (§ 591 - § 600),
 - d) zasielateľskú zmluvu (§ 601 - § 609),
 - e) zmluvu o preprave veci (§ 610 - § 629),
 - f) zmluvu o sprostredkovaní (§ 642 - 651),
 - g) zmluvu o obchodnom zastúpení (§ 652 - § 672a).
2. zmluvy príkazného typu, ktoré sú upravené v Občianskom zákonníku:
 - a) príkaznú zmluvu (§ 724 - § 732),
 - b) zmluvu o obstaraní veci (§ 733 - § 736),
 - c) zmluvu o obstaraní predaja veci (§ 737 - § 741),
 - d) sprostredkovateľskú zmluvu (§ 774 - § 777).²⁶⁶

²⁶⁶BEJČEK, J., ELIÁŠ, K., RABAN, P.: *Kurs obchodního práva. Obchodní závazky. 4. vydanie.* Praha : C. H. Beck, 2007, s. 374-375.

10.2.2. Mandátna zmluva

Mandátna zmluva je upravená v ustanoveniach § 566 až 576 ObZ. Mandátnou zmluvou sa zaväzuje **mandatár**, že zariadi **v mene a na účet mandanta** určitú obchodnú záležitosť uskutočnením právnych úkonov alebo inej činnosti a mandant sa zaväzuje zaplatiť mu za to odplatu. Predpokladá sa, že odplata bola dohodnutá, ak je zariadenie záležitosti predmetom podnikateľskej činnosti mandatára (§ 566 ObZ).

Medzi podstatné obsahové náležitosti mandátnej zmluvy patria:

- d) zariadenie určitej obchodnej záležitosti mandatárom uskutočnením právnych úkonov alebo inej činnosti,
- e) konanie mandatára v mene a na účet mandanta (priame zastúpenie) a
- f) povinnosť mandanta zaplatiť mandatárovi odplatu.

Mandátna zmluva nevyžaduje písomnú formu. Na uzatváranie právnych úkonov v mene a na účet mandanta je však potrebné **písomné plnomocenstvo** (§ 568 ods. 3 ObZ).

Medzi **povinnosti mandatára** voči mandantovi zaraďujeme:

- a) povinnosť zariadiť určitú obchodnú záležitosť **s odbornou starostlivosťou**,
- b) povinnosť vykonávať mandát **podľa pokynov mandanta a v súlade s jeho záujmami**, ktoré mandatár pozná alebo musí poznať,
- c) povinnosť **informovať mandanta o všetkých okolnostiach**, ktoré zistil pri zariadovaní záležitosti a **ktoré môžu mať vplyv na zmenu jeho pokynov**; od pokynov mandanta sa môže odchyliť, iba ak je to naliehavo nevyhnutné v záujme mandanta, mandatár nemôže včas dostať jeho súhlas a odklonenie od pokynov nezakazuje zmluva alebo mandant (§ 567 ObZ),
- d) povinnosť zariadiť obchodnú záležitosť **osobne, len ak to určuje zmluva**,
- e) ak mandatár prevzal pri vybavovaní záležitosti pre mandanta veci od tretej osoby, je **povinný ich odovzdať mandantovi bez zbytočného odkladu**,
- f) mandatár je zodpovedný za škodu spôsobenú na veciach prevzatých od mandanta, ako aj od tretej osoby pri vybavovaní záležitosti, za škodu vzniknutú na prevzatých veciach nezodpovedá, ak preukáže, že ju nemohol odvrátiť ani pri vynaložení odbornej starostlivosti (§ 569 až 570 ObZ),
- g) za porušenie záväzku treťou osobou mandatár zodpovedá, len ak sa v zmluve za toto plnenie zaručil (§ 573 ObZ).

K **povinnostiam mandanta** voči mandatárovi patria:

- a) povinnosť **odovzdať mandatárovi veci a informácie potrebné na vybavenie záležitosti**, ak z ich povahy nevyplýva, že ich má obstarat' mandatár,
- b) povinnosť mandanta **zaplatiť odplatu** za vykonávanie činnosti mandatára bez ohľadu na to, či daná činnosť priniesla očakávaný výsledok alebo nie, ak nie je dohodnuté inak; ak výška odplaty v zmluve nie je **dohodnutá**, je povinný zaplatiť **odplatu obvyklú**; po uzavretí zmluvy je mandatár oprávnený požadovať **primeraný preddavok**, ak možno predpokladať, že mu vzniknú značné náklady s vybavovaním záležitosti pre mandanta;
- c) mandant je povinný uhradiť mandatárovi aj **nevyhnutné a účelne vynaložené náklady**, ak už z ich povahy nevyplýva, že sú súčasťou odplaty (§§ 571 až 572 ObZ).

Mandátna zmluva zaniká z rôznych dôvodov, ako napr. splnenie, odstúpenie od zmluvy, zaplatenie odstúpného a iné. Obchodný zákonník osobitne upravuje výpoveď mandanta a mandatára a na strane mandatára jeho zánik, ak je právnickou osobou, alebo jeho smrť, ak je fyzickou osobou.

Mandant môže dať **výpoveď**, a to čiastočnú alebo v celom rozsahu, kedykoľvek. Účinnosť nadobúda v deň, keď sa o nej mandatár dozvedel alebo mohol dozvedieť, ak nie je vo výpovedi uvedený neskorší čas účinnosti. Od nadobudnutia účinnosti výpovede nie je mandatár povinný pokračovať v činnosti. Je však povinný **upozorniť mandanta na potrebné opatrenia**, aby sa zabránilo vzniku bezprostredne hroziacej škody nedokončením jeho činnosti (§ 574 ObZ).

Mandatár je oprávnený vypovedať zmluvu v celom rozsahu, kedykoľvek, s účinnosťou ku koncu kalendárneho mesiaca nasledujúceho po mesiaci, v ktorom bola výpoveď doručená mandantovi, ak z výpovede nevyplýva neskorší čas účinnosti. Ak by prerušením činnosti mandatára vznikla škoda, je povinný mandanta upozorniť na opatrenia potrebné na jej odvrátenie. Ak by ich mandant nemohol uskutočniť, je mandatár povinný ich realizovať na žiadosť mandanta. Za činnosť uskutočnenú do účinnosti výpovede, ako aj za činnosť spojenú s opatreniami nevyhnutnými na odvrátenie škody má nárok na nevyhnutné náklady a primeranú časť odplaty (§ 575 ObZ).

V oboch prípadoch výpovede ide o dispozitívne ustanovenia Obchodného zákonníka, to znamená, že strany sa môžu dohodnúť odchyľne od zákona (napr. účinnosť výpovede, výpovedná doba, práva a povinnosti zmluvných strán pri ukončení zmluvy).

10.2.3. Komisionárska zmluva

Komisionárska zmluva je upravená v ustanoveniach § 577 až § 590 ObZ. Komisionárskou zmluvou sa zaväzuje **komisionár**, že **vo vlastnom mene a na účet komitenta** zariadi určitú obchodnú záležitosť, a komitent sa zaväzuje zaplatiť mu za to odplatu (§ 577 ObZ).

Medzi **podstatné obsahové náležitosti** komisionárskej zmluvy patria:

- a) zariadenie určitej obchodnej záležitosti (najčastejšie ide o obstaranie kúpy alebo predaja hnuteľnej veci) komisionárom pre komitenta,
- b) konanie komisionára vo vlastnom mene na účet komitenta (nepriame zastúpenie) a
- c) záväzok komitenta zaplatiť komisionárovi odplatu.

Komisionárska zmluva je neformálnou zmluvou, to znamená, že pre jej platnosť sa nevyžaduje písomná forma. Výnimku tvorí komisionárska zmluva o obstaraní kúpy alebo predaja cenných papierov, ktorá sa okrem Obchodného zákonníka riadi aj osobitnými ustanoveniami zákona o cenných papieroch a pre svoju platnosť vyžaduje písomnú formu.

Komisionár je povinný:

- a) **konať s odbornou starostlivosťou** pri zariadovaní určitej obchodnej záležitosti komitenta,
- b) **konať podľa pokynov komitenta**; od pokynov komitenta sa môže odchyliť, len ak je to v záujme komitenta a ak si nemôže vyžiadať jeho súhlas včas; inak komitent nemusí takéto konanie uznať za konanie uskutočnené na svoj účet a má právo ho odmietnuť bez zbytočného odkladu po tom, čo sa o ňom dozvedel (§ 578 ObZ),
- c) **chrániť záujmy komitenta, ktoré sú mu známe, a oznámiť mu všetky okolnosti, ktoré môžu mať vplyv na zmenu jeho pokynov**,
- d) o priebehu zariadovania záležitosti **podávať komitentovi správy** spôsobom dohodnutým v zmluve, inak na výzvu komitenta (§ 579 ObZ),
- e) po zariadení záležitosti podať **správu o výsledku**, v ktorej označí osobu, s ktorou uzavrel zmluvu, a vykonať vyúčtovanie (§ 584 ObZ),
- f) ak záväzok nemôže splniť sám, **použiť na plnenie inú osobu**, ak v zmluve nie je dohodnuté inak; za konanie inej osoby je komisionár zodpovedný tak, ako by záležitosť obstaral sám (§ 580 ObZ),
- g) **obstarať poistenie** iba v prípade, ak je to dohodnuté v zmluve alebo to vyplýva z príkazu komitenta,

h) **všetky práva získané pre komitenta na neho previesť a vydať mu všetko, čo pritom získal** bez zbytočného odkladu (§ 585 ObZ), pričom splnením tejto povinnosti dochádza k vysporiadaniu vnútorného vzťahu medzi komitentom a komisionárom.

Na druhej strane, **komitent je povinný:**

- a) zaplatiť komisionárovi **odplatu** dohodnutú v zmluve, inak odplatu primeranú činnosti a dosiahnutému výsledku s prihliadnutím na obvykle poskytovanú odplatu za obdobnú činnosť v čase uzavretia zmluvy,
- b) zároveň s odplatom hradiť komisionárovi **nevyhnutne a účelne vynaložené náklady** (§ 587 až 588 ObZ).

Vlastnícke právo k hnutelným veciam poskytnutým komisionárovi na predaj prechádza z komitenta na tretiu osobu, s ktorou komisionár uzavrie zmluvu. Vlastnícke právo k hnutelným veciam, ktoré získal komisionár od tretej osoby, prechádza na komitenta ich odovzdaním komisionárovi (§ 583 ods. 1 ObZ).

Podstatou komisionárskeho vzťahu je uzavretie zmluvy s treťou osobou a zvyčajne tiež dohodnutie podmienok realizácie zmluvy. Vo väčšine prípadov sa tým úloha komisionára končí a končí sa aj jeho zodpovednosť za to, že dohodnutý obchod bude zrealizovaný. Z tejto zásady existujú dve výnimky. V komisionárskej zmluve môže byť výslovne dohodnuté, že komisionár je oprávnený požadovať plnenie tretej osoby, s ktorou uzatvoril zmluvu, pre komitenta. Takýto záväzok musí komitent výslovne prevziať. V druhom prípade, ak komisionár porušil príkazy komitenta týkajúce sa osoby, s ktorou mal uzavrieť zmluvu, je komitent oprávnený požadovať plnenie záväzku priamo od komisionára (§ 582 ObZ); komisionár sa tak stáva zo zákona ručiteľom komitenta.²⁶⁷

V prípade, ak tretia osoba, s ktorou komitent uzatvoril zmluvu, porušila svoje záväzky, je komitent oprávnený požadovať od komisionára vymáhanie splnenia týchto záväzkov od tretej osoby alebo, ak s tým komitent súhlasí, komisionár mu môže postúpiť jeho pohľadávky z nesplnených záväzkov tretej osoby (§ 586 ObZ).

Predmetom komisionárskej zmluvy, teda obstaraním záležitosti (najmä uzavretím zmluvy), môže byť aj jednorazová činnosť. Ak je predmetom záväzku medzi komitentom a komisionárom **dlhodobá, opakovaná činnosť**, na zmluvný vzťah sa použijú aj ustanovenia **zmluvy o obchodnom zastúpení** (pozri ďalej). Na princípe komisionárskej zmluvy fungujú napríklad starožitníctva, keď prevádzkovateľ starožitníctva – komisionár vo svojom mene, ale

²⁶⁷Uznesenie Najvyššieho súdu ČR z 19. júla 2011, sp. zn. 23 Cdo 1060/2009. In OVEČKOVÁ, O. a kol. *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. 2. vydanie*. Bratislava: Wolters Kluwer SR s.r.o., 2022, s. 1139-1140.

na účet zákazníka – komitenta predáva hnuťel'né veci, ktoré majú určitú historickú hodnotu alebo veľké siete kníhkupectiev, ktoré vo svojom mene, ale na účet konkrétnych vydavateľstiev (napr. Ikar, Slovart, či Tatran) ponúkajú na predaj vo svojich obchodných priestoroch alebo online jednotlivé knižné tituly.

10.2.4. Zmluva o obchodnom zastúpení

Základy inštitútu zmluvy o obchodnom zastúpení spočívali na tzv. agentskej činnosti ako súčasti právnej úpravy obchodnoprávných kódexov 19. storočia.²⁶⁸ Aktuálna podoba zmluvy o obchodnom zastúpení sa formovala až po druhej svetovej vojne.²⁶⁹

Inštitút zmluvy o obchodnom zastúpení typickým obchodným kontraktom, využívaným celosvetovo, obsah jeho záväzkov je ovplyvňovaný najmä zaužívanými postupmi obchodovania a odporúčaniami ICC, OECD a UNITRAL v podobe vzorových zmlúv alebo konvencií.²⁷⁰

Zmluva o obchodnom zastúpení predstavuje tzv. pomenovanú zmluvu. Jej reguláciu nachádzame **výlučne v Obchodnom zákonníku**, Občiansky zákonník predmetný zmluvný typ neupravuje.

Zmluva o obchodnom zastúpení predstavuje čiastočne harmonizovanú právnu oblasť na úrovni EÚ.²⁷¹ Príslušné ustanovenia Obchodného zákonníka je preto potrebné posudzovať eurokonformne – vo svetle článkov Smernice o koordinácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa samostatných obchodných zástupcov²⁷² (ďalej len „smernica o obchodných zástupcoch“) a judikatúry Súdneho dvora EÚ.²⁷³

Smernica o obchodných zástupcoch bola do právneho poriadku Slovenskej republiky transponovaná zákonom č. 500/2001 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov. Vzhľadom na uvedené je zmluvná voľnosť strán obmedzená väčším množstvom kogentných ustanovení, ako je to bežné v záväzkovej časti Obchodného zákonníka, a to práve kvôli harmonizácii vnútroštátneho práva s európskym právom.²⁷⁴

²⁶⁸KUBÍČEK, P. a kol.: *Obchodné právo*. Bratislava : VO Právnickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave, 2007, s. 366.

²⁶⁹Tamže.

²⁷⁰PATAKYOVÁ, M.: *Obchodný zákonník. Komentár. 4. vydanie*. Bratislava : C.H. Beck, 2013, s. 1524.

²⁷¹OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775). 2. vydanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1244.

²⁷²Smernica Rady č. 86/653/EHS z 18. decembra 1986 o koordinácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa samostatných obchodných zástupcov (Ú. v. ES L 382, 31. 12. 1986).

²⁷³Tamže.

²⁷⁴PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár. 4. vydanie*. Bratislava : C.H. Beck, 2013, s. 1525.

Podľa zákona č. 500/2001 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov, predstavuje úprava zmluvy o obchodnom zastúpení špeciálnejšiu úpravu voči zmluve o sprostredkovaní, ktorá sa pri obchodnom zastúpení použije len subsidiárne.²⁷⁵

Zmluva o obchodnom zastúpení patrí medzi relatívne obchody, avšak vzhľadom na judikatúru Súdneho dvora EÚ sa javí ako vhodné, aby bola zaradená medzi absolútne obchody a aby došlo k rozšíreniu aplikácie § 261 ods. 6 Obchodného zákonníka.²⁷⁶ K pojmom absolútne a relatívne obchody pozri kapitolu 11.1.

Súdny dvor EÚ v jednom zo svojich rozhodnutí uviedol, že smernica o obchodných zástupcoch bráni takej národnej úprave, ktorá by platnosť uzatvorenia zmluvy o obchodnom zastúpení podmieňovala zápisom obchodného zástupcu do určitého registra.²⁷⁷ Ustanovenia smernice o obchodných zástupcoch sú založené na predpoklade, podľa ktorého sa pre platnosť takéhoto typu zmluvy nevyžaduje (okrem možnosti požadovania písomnej formy) splnenie formálnych predpokladov.²⁷⁸

Zaradenie zmluvy o obchodnom zastúpení medzi relatívne obchody spôsobuje, že v prípade, ak zmluvu o obchodnom zastúpení uzatvára osoba, ktorá v čase podpisu zmluvy (ešte) nespĺňa definičné znaky podnikateľa podľa § 2 ods. 2 Obchodného zákonníka, je nutné, aby zmluva o obchodnom zastúpení obsahovala výslovnú dohodu zmluvných strán o voľbe zmluvného režimu Obchodného zákonníka v súlade s § 262 ods. 1 Obchodného zákonníka.²⁷⁹ Musí ísť teda o tzv. fakultatívny obchod (k tomuto pojmu pozri kapitolu 11.1.). Ak by predmetná dohoda zmluvných strán nebola v zmluve obsiahnutá, teda nešlo by o fakultatívny obchod, ustanovenia Obchodného zákonníka upravujúce zmluvu o obchodnom zastúpení by sa na daný právny vzťah neaplikovali, čo by bolo v rozpore s cieľmi smernice o obchodných zástupcoch a výkladom Súdneho dvora EÚ.²⁸⁰

Vzhľadom na skutočnosť, že kogentné ustanovenia § 668a a nasl. Obchodného zákonníka sú určené na ochranu obchodných zástupcov, bude v záujme obchodných zástupcov, aby sa na začiatku zmluvnej spolupráce so zastúpeným uistili, že ich zmluvný vzťah bude podliehať režimu Obchodného zákonníka.²⁸¹

²⁷⁵MAMOJKA, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. 2. zväzok*. Bratislava : Eurokódex, 2016, s. 499.

²⁷⁶OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775). 2. vydanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1245.

²⁷⁷Tamže.

²⁷⁸Tamže.

²⁷⁹Tamže.

²⁸⁰Tamže.

²⁸¹Tamže.

Zákonodarca v § 652 Obchodného zákonníka definuje **predmet zmluvy o obchodnom zastúpení**. Zmluvou o obchodnom zastúpení sa obchodný zástupca ako podnikateľ zaväzuje pre zastúpeného vyvíjať činnosť smerujúcu k uzatvoreniu určitého druhu zmlúv alebo dojednávať a uzatvárať obchody v mene zastúpeného a na jeho účet a zastúpený sa zaväzuje zaplatiť obchodnému zástupcovi províziu. Z hľadiska predmetu záväzkového vzťahu, resp. špecifikácie činnosti obchodného zástupcu, je nutné vnímať nasledujúce možnosti:

1. obchodný zástupca buď vyvíja činnosť smerujúcu k uzavretiu určitého druhu zmlúv (obchodov), t. j. ide o vyhľadávanie záujemcov o uzavretie obchodov, ktoré sú vymedzené v zmluve alebo
2. obchodný zástupca dojednáva a uzaviera určité druhy zmlúv (obchodov) v mene zastúpeného a na jeho účet; ak zmluva určuje, že obchodný zástupca robí právne úkony v mene zastúpeného, práva a povinnosti s tým súvisiace sa spravujú ustanoveniami Obchodného zákonníka o mandátnej zmluve. Na vznik tohto oprávnenia obchodného zástupcu sa vyžaduje udelenie plnomocenstva v zmysle Občianskeho zákonníka.²⁸²

Z uvedeného možno odvodiť, že pozícia obchodného zástupcu môže byť dvojaká: obchodný zástupca ako sprostredkovateľ a obchodný zástupca ako zástupca (mandatár).²⁸³ V prípade ad 1. má obchodný zástupca rovnaké povinnosti ako sprostredkovateľ podľa zmluvy o sprostredkovaní, pričom rozdiel spočíva len v dlhodobosti obchodného zastúpenia oproti jednorazovosti sprostredkovania.²⁸⁴ Z platnej právnej úpravy vyplýva, že obchodný zástupca sa zaväzuje vyvíjať činnosť smerujúcu k uzatvoreniu vopred neurčeného počtu zmlúv s treťou osobou, pričom nejde o jednorazovú, ale o dlhodobú činnosť pre zastúpeného, zvyčajne na neohraničené časové obdobie.²⁸⁵ V prípade ad 2. vyššie postavenie zástupcu (mandatára) nadobúda obchodný zástupca len vtedy, ak to bolo výslovne dojednané v zmluve o obchodnom zastúpení.²⁸⁶ V takom prípade sa práva a povinnosti zmluvných strán riadia ustanoveniami o mandátnej zmluve, obchodný zástupca teda môže v zmluve prevziať na seba aj záväzok zastupovať zastúpeného a, ako sme už uviedli, podmienkou je udelenie plnomocenstva podľa Občianskeho zákonníka.²⁸⁷ Bez udeleného plnomocenstva nie je obchodný zástupca oprávnený

²⁸²ZITŇANSKÁ, L., OVEČKOVÁ O. a kol.: *Základy obchodného práva 2*. Bratislava : IURA EDITION, 2010, s. 450.

²⁸³SUCHOŽA, J. a kol.: *Obchodné právo*. Bratislava : IURA EDITION, 2009, s. 848.

²⁸⁴SUCHOŽA, J. a kol.: *Obchodné právo*. Bratislava : IURA EDITION, 2009, s. 848.

²⁸⁵SUCHOŽA, J.: *Slovenské obchodné právo. Obchodné záväzky*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Právnická fakulta, 2004, s. 109.

²⁸⁶Tamže.

²⁸⁷Tamže.

v mene zastúpeného uzavierať obchody, čokoľvek pre neho prijímať alebo robiť iné právne úkony. Nie je tiež vylúčené, aby si zmluvné strany dohodli, že v určitých obchodoch bude činnosť obchodného zástupcu smerovať k sprostredkovaniu uzavretia určitého druhu zmlúv a v iných obchodoch bude obchodný zástupca dojednávať a uzavierať obchody v mene zastúpeného.²⁸⁸

Podstatnými náležitosťami (časťami) zmluvy o obchodnom zastúpení sú:

- určenie zmluvných strán, t.j. zastúpeného a obchodného zástupcu,
- záväzok obchodného zástupcu ako podnikateľa vyvíjať činnosť smerujúcu k uzavretiu určitého druhu zmlúv alebo dojednávať a uzatvárať obchody v mene zastúpeného a na jeho účet,
- záväzok zastúpeného zaplatiť obchodnému zástupcovi províziu,
- určenie druhu zmlúv, ktoré má obchodný zástupca uzavierať v mene zastúpeného (tzv. obchodov).

Podstatnými časťami zmluvy o obchodnom zastúpení nie je vymedzenie pôsobnosti obchodného zástupcu, určenie územnej oblasti, doba trvania zmluvy, ani dohoda o určení odplaty za sprostredkovanie.²⁸⁹ Je však vhodné, aby sa zmluva zmienila aj o týchto otázkach, môžeme ich preto zaradiť medzi **pravidelné náležitosti (časti)** zmluvy o obchodnom zastúpení.

Zmluvnými stranami zmluvy o obchodnom zastúpení sú **obchodný zástupca a zastúpený**. V Obchodnom zákonníku absentuje legálna definícia termínu obchodný zástupca. Tento pojem je bližšie vymedzený najmä v odbornej literatúre. Slovník obchodného práva uvádza, že obchodným zástupcom je osoba, ktorá sa na základe zmluvy o obchodnom zastúpení zaväzuje k tomu, že v určitej územnej oblasti bude pre zastúpeného s odbornou starostlivosťou vyvíjať činnosť, ktorá bude viesť k uzatváraniu zmlúv určitého druhu, pričom zastúpený v predmetnej zmluve preberá na seba záväzok zaplatiť obchodnému zástupcovi províziu.²⁹⁰

Obchodný zástupca predstavuje podnikateľa podľa Obchodného zákonníka. V tomto kontexte je nutné vychádzať z legálnej definície zakotvenej v § 2 ods. 2 Obchodného zákonníka, v zmysle ktorej podnikateľom je:

- a) osoba zapísaná v obchodnom registri,

²⁸⁸OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník 2. Komentár. 2. doplnené a prepracované vydanie*. Bratislava : IURA EDITION, 2008. s. 576.

²⁸⁹ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol.: *Obchodní zákoník, komentář. 7. vydání*. Praha : C. H. Beck, 2002, s. 1167.

²⁹⁰OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Slovník obchodného práva*. Bratislava : IURA EDITION, 1994, s. 172.

- b) osoba, ktorá podniká na základe živnostenského oprávnenia,
- c) osoba, ktorá podniká na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov,
- d) fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa osobitného predpisu.

Obchodný zákonník neobsahuje pozitívne, ale iba negatívne vymedzenie predmetného pojmu. V zmysle § 652 ods. 2 Obchodného zákonníka, **obchodným zástupcom nie je:**

- a) osoba, ktorá môže ako orgán zaväzovať zastúpeného,
- b) spoločník alebo člen družstva zákonom splnomocnený zaväzovať ostatných spoločníkov alebo členov družstva, ak je zastúpeným družstvo, alebo
- c) likvidátor, správca na výkon nútenej správy, správca konkurznej podstaty, osobitný správca alebo vyrovnávací správca zastúpeného.

Zároveň zákonodarca zakotvuje, že ustanovenia o obchodnom zastúpení sa nepoužijú na osoby, ktoré pôsobia na burze cenných papierov alebo na komoditnej burze. Otázkou je, či je takéto negatívne vymedzenie obchodného zástupcu v našich podmienkach zmysluplné.²⁹¹ Z rozhodovacej činnosti Súdneho dvora EÚ taktiež vyplýva, že za obchodného zástupcu v zmysle smernice o obchodných zástupcoch sa nepovažuje osoba konajúca na účet zastúpeného, ale vo svojom vlastnom mene.²⁹²

Zároveň sa v tomto kontexte javí ako vhodné poukázať na reguláciu obsiahnutú v ústavnom zákone č. 357/2004 Z. z. o ochrane verejného záujmu pri výkone funkcií verejných funkcionárov v platnom a účinnom znení (ďalej len „ústavný zákon“), v zmysle ktorej **sa** v zákone špecifikovaným **verejným funkcionárom**, ktorí v období dvoch rokov pred skončením výkonu verejnej funkcie rozhodli o poskytnutí štátnej pomoci alebo o poskytnutí alebo povolení inej podpory, výhod alebo odpustenia povinností vyplývajúcich zo všeobecne záväzných právnych predpisov alebo z individuálnych právnych aktov fyzickým osobám alebo právnickým osobám, sa počas jedného roka od skončenia výkonu verejnej funkcie **zakazuje mať uzatvorenú zmluvu o obchodnom zastúpení s týmito osobami.**

Kľúčové **povinnosti obchodného zástupcu** sú stanovené v Obchodnom zákonníku. Ide predovšetkým o:

- a) Povinnosť obchodného zástupcu pre zastúpeného **vyvíjať činnosť smerujúcu k uzatvoreniu určitého druhu zmlúv alebo dojednávať a uzatvárať obchody v mene zastúpeného a na účet zastúpeného** (§ 652 ods. 1 Obchodného zákonníka). Cieľom

²⁹¹WINKLER, M.: *Obchodné zastúpenie vo vnútroštátnom a zahraničnom obchode*. Praha : Linde, 2010, s. 30.

²⁹²Porovnaj Rozsudok ESD T-325/01 v prípade Mavrona and Sia OE proti Delta Etaireia Symmetochon AE.

uzatvorenia zmluvy o obchodnom zastúpení je tvorba podmienok na distribúciu určitej služby, alebo služby na vymedzenom teritóriu.²⁹³

- b) Povinnosť obchodného zástupcu **vyvíjať činnosť** pre zastúpeného **s odbornou starostlivosťou a v dobrej viere**. V právnej úprave regulovania spôsobu uskutočňovania činnosti obchodného zástupcu sú premietnuté ciele komunitárnej úpravy. Odborná starostlivosť a dobrá viera sú všeobecným rámcom, v ktorom sa plnia viaceré explicitne vymedzené povinnosti.²⁹⁴ Odborná starostlivosť vyjadruje objektívne kritérium kladené na činnosť podnikateľa (obchodného zástupcu) ako profesionála.²⁹⁵ Pojem „odborná starostlivosť“ bol v minulosti predmetom diskusií a analýz v právnej vede a súdnej praxi a došlo k zhode na tom, že pod odbornou starostlivosťou sa rozumie starostlivosť, ktorú možno objektívne požadovať len od odborníka, profesionála, ktorý je na základe svojich vedomostí a skúseností schopný vykonávať odbornú starostlivosť (t. j. určite s vyššou mierou profesionality a rozvahy ako laik, ktorý sa v podobnej situácii alebo pozícii ocitol prvýkrát), posúdiť situáciu, vyriešiť problémy, a teda vykonávať činnosť oveľa lepšie a efektívnejšie, ako keby si možnosť uzatvárať zmluvy s potenciálnymi klientmi obstaral zastupovaný sám.²⁹⁶ Dobrá viera (ako psychická kategória) vyjadruje presvedčenie zástupcu, že svojou činnosťou neškodí zástupcovi.²⁹⁷ V dobrej viere nebude obchodný zástupca, ktorý vedel alebo vedieť mal, že svojím konaním privodzuje ujmu zastúpenému. Túto objektivizáciu odvodzujeme od statusu podnikateľa²⁹⁸.
- c) Povinnosť obchodného zástupcu **dbať na záujmy zastúpeného, konať v súlade s jeho poverením a rozumnými pokynmi** zastúpeného a **poskytovať** zastúpenému **potrebné a dostupné informácie**.
- d) Povinnosť obchodného zástupcu pri uzavieraní obchodov v mene zastúpeného, tieto **uzatvárať len za obchodných podmienok zastúpeného**, ak neprejavil zastúpený súhlas s iným postupom.

²⁹³KUBÍČEK, P. a kol.: *Obchodné právo*. Bratislava : VO Právnickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave, 2007, s. 366.

²⁹⁴PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár*. 3. vydanie. Bratislava: C. H. BECK, 2010, s. 1089-1090.

²⁹⁵Tamže.

²⁹⁶HRABEC, J.: Povinnosť osobného výkonu funkcie obchodného zástupce. Dostupné na: <http://www.elaw.cz/clanek/povinnost-osobniho-vykonu-funkce-obchodniho-zastupce> [cit. 2023-06-25]

²⁹⁷OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775)*. 2. vydanie.

Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1263.

²⁹⁸Tamže.

- e) Povinnosť obchodného zástupcu **podávať zastúpenému správu o vývoji trhu a všetkých okolnostiach dôležitých pre záujmy zastúpeného**, najmä pre jeho rozhodovanie súvisiace s uzavieraním obchodov.
- f) Povinnosť obchodného zástupcu **navrhovať uzavretie obchodov alebo uzavierať obchody len s osobami, u ktorých sú predpoklady, že svoje záväzky splnia**, pričom povinnosť obchodného zástupcu **ručíť za splnenie povinností tret'ou osobou**, s ktorou navrhol zastúpenému uzavretie obchodu alebo s ktorou v mene zastúpeného uzavrel obchod, môže existovať len keď sa na to písomne zaviazal a ak dostane za prevzatie záruky osobitnú odmenu. Povinnosť obchodného zástupcu konať s odbornou starostlivosťou zahŕňa zároveň i povinnosť obchodného zástupcu odhadnúť platobnú schopnosť subjektov, s ktorými navrhne uzavretie zmluvy či s ktorými uzavrie zmluvu. Zároveň je však potrebné dodať, že Obchodný zákonník vychádza z princípu, podľa ktorého obchodný zástupca za plnenie povinnosti tretích osôb, s ktorými na základe jeho návrhu uzatvorí zastúpený zmluvu, neručí.²⁹⁹ Ak tretie osoby porušia voči zastúpenému svoje zmluvné povinnosti, má zastúpený voči obchodnému zástupcovi nárok na náhradu škody, ak preukáže, že obchodný zástupca v danom prípade navrhol uzatvorenie obchodu s osobou, u ktorej nebol predpoklad, že si svoje záväzky bude plniť, a zároveň budú naplnené aj ostatné prvky nároku na náhradu škody.³⁰⁰ Ručenie obchodného zástupcu vzniká výlučne na základe písomného prevzatia subsidiárneho alebo akcesorického záväzku, na obsah ktorého sa vzťahujú ustanovenia § 303 a nasl. ObZ o ručení, pričom obchodný zástupca má nárok popri dohodnutej provízii aj na odmenu za prevzaté ručenie.³⁰¹ Ustanovenie § 658 Obchodného zákonníka však nepatrí medzi kogentné ustanovenia. Zastúpený a obchodný zástupca sa preto môžu od neho odchyliť, prípadne ho môžu úplne vylúčiť, a tak v praxi môže nastať situácia, že po dohode zmluvných strán prevezme obchodný zástupca záruku za splnenie záväzkov tretích osôb aj bez toho, aby mu za to prislúchala osobitná odmena³⁰².
- g) Povinnosť obchodného zástupcu **neoznámíť údaje získané od zastúpeného pri svojej činnosti bez súhlasu zastúpeného iným osobám alebo ich využiť pre seba alebo pre iné osoby**, pokiaľ by to bolo v rozpore so záujmami zastúpeného. Táto povinnosť trvá aj po ukončení zmluvy o obchodnom zastúpení.

²⁹⁹Tamže, s. 1264

³⁰⁰Tamže.

³⁰¹PATAKYOVÁ, M, a kol. *Obchodný zákonník. Komentár*. 4. vydanie. Bratislava : C. H. Beck, 2013, s. 1532.

³⁰²OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775)*. 2. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1265.

V ďalšom texte sa budeme venovať **právam obchodného zástupcu**. Smernica o obchodných zástupcoch rozlišuje termíny odmena a provízia, pričom za **odmenu** považuje všetko plnenie, ktoré ako protihodnotu za výkon činnosti získava od zastúpeného obchodný zástupca, a pojem **provízia** smernica o obchodných zástupcoch definuje ako časť odmeny, ktorej výška sa mení v závislosti od počtu, resp. hodnoty obchodov, z čoho vyplýva, že provízia reprezentuje podmnožinu širšieho pojmu „odmena“.³⁰³

Obchodný zástupca, ako už bolo uvedené, predstavuje podnikateľa, ktorému prináleží za vykonávanie jeho aktivít provízia. Preto je dôležité v tomto kontexte zdôrazniť, že zmluvu o obchodnom zastúpení nie je možné dojednať bezodplatne.

Podľa § 659 ods. 1 Obchodného zákonníka má obchodný zástupca nárok na províziu dojednanú alebo zodpovedajúcu zvyklostiam v odbore činnosti podľa miesta jej výkonu s prihliadnutím na druh obchodu, ktorý je predmetom zmluvy. Províziou je aj odmeňovanie obchodného zástupcu vykonávané v závislosti od počtu alebo od úrovne obchodov. Vzhľadom na potenciál rôznych možných výkladov zákonných ustanovení sa ako vhodné javí, aby si zastúpený a obchodný zástupca výšku provízie, resp. spôsob jej vypočítania dohodli priamo v zmluve.

Nárok na **úhradu nákladov** spojených so svojou činnosťou má obchodný zástupca popri provízii, len keď to bolo dohodnuté a ak nevyplýva zo zmluvy niečo iné, len keď mu vznikol nárok na províziu z obchodu, ktorého sa náklady týkajú. Z uvedeného možno abstrahovať viaceré kľúčové skutočnosti. Právo na náhradu nákladov obchodnému zástupcovi vzniká len v prípade, ak mu vznikol nárok na províziu z obchodu, ktorého sa náklady týkajú a pokiaľ je nárok na úhradu nákladov zmluvne dohodnutý. Táto právna úprava však predstavuje dispozitívnu reguláciu, a preto sa zmluvné strany môžu dohodnúť, že obchodnému zástupcovi prináleží nárok na náhradu nákladov bez ohľadu na to, či v nadväznosti na príslušný obchod vznikne i nárok na províziu.

Nárok na províziu a na dohodnutú úhradu nákladov nevzniká v prípadoch, keď obchodný zástupca bol pri uzavieraní obchodu činný ako obchodný zástupca alebo sprostredkovateľ pre osobu, s ktorou zastúpený uzavrel obchod. Obchodný zástupca má nárok na províziu za obchody uskutočnené počas trvania zmluvného vzťahu, ak:

- a) obchod bol uzatvorený v dôsledku jeho činnosti,
- b) obchod bol uzatvorený s treťou osobou, ktorú ešte pred uzavretím obchodu získal na účel uskutočňovania obchodov tohto druhu; obchodný zástupca však nemá nárok na

³⁰³Tamže, s. 1266-1267.

províziu v zmysle predmetnej právnej úpravy, ak má na ňu nárok predchádzajúci obchodný zástupca a vzhľadom na okolnosti nie je spravodlivé rozdeliť províziu medzi oboch obchodných zástupcov.

Nárok na províziu, vzniká v okamihu, keď:

- a) zastúpený splnil záväzok vyplývajúci z obchodu alebo
- b) zastúpený bol povinný splniť záväzok vyplývajúci z obchodu uskutočneného s treťou osobou, alebo
- c) tretia osoba splnila záväzok vyplývajúci z obchodu.

Predmetná právna úprava sa však uplatní iba v prípadoch, ak v zmluve o obchodnom zastúpení nebolo dojednané, že obchodný zástupca je povinný iba obstaráť pre zastúpeného príležitosť, aby zastúpený mohol s treťou osobou uzavrieť obchod s určitým obsahom. V tomto prípade vzniká obchodnému zástupcovi nárok na províziu už zaobstaraním tejto príležitosti.

Zákonodarca ustanovuje, že obchodnému zástupcovi vzniká nárok na províziu najneskôr v okamihu, keď tretia osoba splnila svoju časť záväzku alebo bola povinná ju splniť, ak zastúpený splnil svoju časť. Obchodný zákonník ďalej neustanovuje o splnenie akého záväzku má ísť. Zo zmluvy, ktorú uzatvára zastúpený s treťou osobou bude spravidla vyplývať viacero záväzkov, a to tak na strane zastúpeného, ako aj tretej osoby.³⁰⁴

Zákonná úprava však nebráni tomu, aby sa v zmluve o obchodnom zastúpení zastúpený a obchodný zástupca dohodli na skoršom okamihu vzniku nároku na províziu. A to napríklad okamihom uzatvorenia zmluvy medzi zastúpeným a treťou osobou vzniká nárok na províziu. Uvedené ustanovenia sú kogentné, takže nárok na províziu nesmie vzniknúť neskôr než keď tretia osoba splnila svoju časť záväzku alebo bola povinná ju splniť, pokiaľ zastúpený splnil svoju časť.

Provízia je splatná najneskôr v posledný deň mesiaca, ktorý nasleduje po skončení štvrtého roka, v ktorom na ňu vznikol nárok.

Nárok na províziu zanikne, ak je zrejmé, že obchod medzi zastúpeným a treťou osobou sa neuskutoční a ak jeho neuskutočnenie nie je dôsledkom okolností, za ktoré zodpovedá zastúpený, ak z obchodu nevyplýva niečo iné. Už vyplatená provízia sa v takom prípade musí vrátiť.

Z platnej právnej úpravy možno odvodiť, že medzi **povinnosti zastúpeného** patrí najmä:

- a) **konat' poctivo a v dobrej viere**; pričom najmä je povinný:

³⁰⁴Tamže, s. 1271.

- poskytovať obchodnému zástupcovi nevyhnutné údaje, ktoré sa vzťahujú na predmet obchodov a
 - obstaráť obchodnému zástupcovi informácie nevyhnutné na plnenie záväzkov vyplývajúcich zo zmluvy, najmä v primeranej lehote oznámiť obchodnému zástupcovi, že predpokladá podstatné zníženie rozsahu činnosti oproti tomu, čo by mohol obchodný zástupca za normálnych podmienok očakávať;
- b) **informovať** obchodného zástupcu v primeranej lehote o tom, že prijal, odmietol alebo neuskutočnil obchod obstaraný zástupcom; z toho vyplýva, že povinnosťou zastúpeného vo vzťahu k provízií je informovať obchodného zástupcu v primeranej lehote o prijatí, respektíve odmietnutí alebo nezrealizovaní obchodu³⁰⁵;
- a) **vydať** obchodnému zástupcovi aj bez jeho požiadania najneskôr v posledný deň mesiaca, ktorý nasleduje po skončení štvrtroka, v ktorom sa stala provízia splatnou, **písomné potvrdenie** s rozpisom hlavných položiek potrebných na výpočet provízie; tým nie je dotknuté oprávnenie obchodného zástupcu požadovať informácie dostupné zastúpenému a potrebné na kontrolu výpočtu provízie;
- b) **uhradiť** obchodnému zástupcovi **províziu a prípadnú náhradu nákladov**;
- c) ak bolo dojednané výhradné zastúpenie, má zastúpený povinnosť **zdržať sa používania iného obchodného zástupcu** pre zmluvou definovaný okruh obchodov;
- d) **odovzdať** obchodnému zástupcovi všetky **podklady a pomôcky** potrebné na plnenie záväzku obchodného zástupcu.

Obchodné zastúpenie možno realizovať ako nevýhradné a výhradné. Ak zo zmluvy o obchodnom zastúpení nevyplýva niečo iné, môže pri **nevýhradnom obchodnom zastúpení** zastúpený poveriť aj iné osoby obchodným zastúpením, ktoré dojednal s obchodným zástupcom, a obchodný zástupca môže vykonávať činnosť, na ktorú sa zaviazal voči zastúpenému, aj pre iné osoby alebo uzavierať obchody, ktoré sú predmetom obchodného zastúpenia, na vlastný účet alebo účet inej osoby. **Výhradné obchodné zastúpenie** musí byť výslovne dojednané v zmluve o obchodnom zastúpení. Pri výhradnom obchodnom zastúpení je zastúpený povinný v určenej územnej oblasti a pre určený okruh obchodov nepoužívať iného obchodného zástupcu a obchodný zástupca nie je oprávnený v tomto rozsahu vykonávať obchodné zastúpenie pre iné osoby alebo uzavierať obchody na vlastný účet alebo účet inej osoby. Zastúpený sám je oprávnený uzavierať obchody aj bez súčinnosti obchodného zástupcu, avšak je povinný, ak zmluva o obchodnom zastúpení neurčuje niečo iné, platiť z predmetných

³⁰⁵PATAKYOVÁ, M, a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár*. 4. vydanie. Bratislava: C. H. Beck, 2013, s. 1530-1531.

obchodov obchodnému zástupcovi províziu, ako keby boli tieto obchody uzavreté so súčinnosťou obchodného zástupcu.

Obchodný zákonník neobsahuje legálnu definíciu pojmu územná oblasť, a preto sa zastúpený a obchodný zástupca môžu dohodnúť, že v zmluve o obchodnom zastúpení bude územná oblasť špecifikovaná ako územie obce, viacerých obcí, vyššieho územného celku, či územie celej Slovenskej republiky.

V ďalšom texte sa budeme zaoberať **zánikom obchodného zastúpenia**. Závazok obchodného zástupcu zaniká uplynutím času, na ktorý bola zmluva uzatvorená. Ak sa po uplynutí tohto času zmluvné strany naďalej zmluvou spravujú, predpokladá sa, že platnosť zmluvy sa predĺžila bez obmedzenia.

Zmluva o obchodnom zastúpení je dohodnutá na neurčitý čas, ak to určuje samotná zmluva alebo ak zmluva o obchodnom zastúpení neobsahuje ustanovenie o čase, na ktorý má byť uzavretá, alebo ak z účelu zmluvy nevyplýva časové obmedzenie. Zmluvu dohodnutú na neurčitý čas môže ukončiť ktorákoľvek zo strán výpoveďou. Napriek tomu, že právo vypovedať zmluvu o obchodnom zastúpení je ustanovené dispozitívnou právnou normou, dohoda zmluvných strán o tom, že právo vypovedať zmluvu bude mať len jedna zo zmluvných strán, bude neplatná (§ 582 Občianskeho zákonníka).³⁰⁶ Dĺžka výpovednej lehoty pri výpovedi danej v priebehu prvého roka trvania zmluvy je jeden mesiac, pri výpovedi danej v priebehu druhého roka je dva mesiace a ak zmluva trvá tri a viac rokov, je výpovedná lehota tri mesiace. Zmluvné strany sa môžu dohodnúť na predĺžení výpovednej lehoty. Ak si zmluvné strany dojednávajú dlhšie výpovedné lehoty, ako normuje zákonodarca, nesmie byť lehota, ktorou je viazaný zastúpený, kratšia ako lehota, ktorú musí dodržať obchodný zástupca. Uvedené ustanovenie je kogentné.

V prípade skončenia zmluvného vzťahu má obchodný zástupca právo na náhradu škody za zákonných podmienok. Obchodný zástupca má v prípade skončenia zmluvy právo na odstupné za zákonných podmienok. V článku 17 smernica o obchodných zástupcoch ukladá členským štátom, aby si vybrali, ktorým spôsobom dosiahnu ochranu obchodného zástupcu v prípade skončenia trvania zmluvy o obchodnom zastúpení, a to na základe dvoch modelov:

- nemeckého modelu práva na odstupné,
- francúzskeho modelu práva na odškodnenie.³⁰⁷

³⁰⁶PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodník zákonník. Komentár*. Bratislava : C. H. Beck, 2022, s. 1649.

³⁰⁷OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775)*. 2. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1288.

Do slovenského právneho poriadku, boli transponované oba, a to napriek skutočnosti, že nie sú prispôsobené na to, aby existovali vedľa seba.³⁰⁸ Navyše, Obchodný zákonník v rozpore so smernicou o obchodných zástupcoch nestanovuje minimálnu výšku odstupného.³⁰⁹

10.2.5. Zmluva o sprostredkovaní

Zmluva o sprostredkovaní prináleží do skupiny obstarávateľských zmlúv. Na jej platnosť zákonodarca nepožaduje písomnú formu. Pre potreby praxe sa však javí ako vhodné, aby mala zmluva o sprostredkovaní písomnú formu, a to najmä z dôvodu, aby zmluvné strany mali právnu istotu s ohľadom na to, čo bolo zmluvne dohodnuté. Prípadne môže písomná forma vyplývať z osobitného zákona upravujúceho špeciálny typ sprostredkovateľskej zmluvy, napr. zo zákona č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch a investičných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o cenných papieroch) v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o cenných papieroch“).

Na rozdiel od zmluvy o obchodnom zastúpení sa zmluva o sprostredkovaní nevzťahuje na sústavnú (pokračujúcu) **činnosť**, ale **jednorazovú, príležitostnú, resp. opakovanú**; pod záväzok zo zmluvy o sprostredkovaní sa subsumujú činnosti príležitostných sprostredkovateľov často poverených špecifickými transakciami³¹⁰, napr. predajom nehnuteľnosti, podniku či cenných papierov. Základným účelom sprostredkovania je prepojenie ponuky a dopytu.³¹¹ Zmluvu o sprostredkovaní je možné využiť aj pri sprostredkovaní iných obchodov, napríklad pri sprostredkovaní obchodného zastúpenia, pri získaní tichého spoločníka, pri sprostredkovaní zhotovenia diela a podobne.³¹²

Predmetný zmluvný typ sa vzťahuje viac-menej na jednorazové aktivity a ak opakované, tak nie v dobe dlhodobejšej sústavnosti; ak by tomu tak bolo, prichádzala by do úvahy zmluva o obchodnom zastúpení.³¹³ V prípade, že by mal cieľ sledovaný záujemcom obsahovať obstaranie príležitostí alebo priamo viacerých zmlúv, bude takáto zmluva o sprostredkovaní považovaná za viacero zmlúv o sprostredkovaní, pričom boli spísané do jedného dokumentu.³¹⁴ Právnu úpravu zmluvy o sprostredkovaní nachádzame v Obchodnom i Občianskom zákonníku.

³⁰⁸Tamže.

³⁰⁹WINKLER, M.: *Obchodné zastúpenie vo vnútroštátnom a zahraničnom obchode*. Praha : Linde, 2010, s. 66.

³¹⁰PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár*. Bratislava : C. H. Beck, 2022, s. 1625.

³¹¹Tamže, s. 1624.

³¹²SUCHOŽA, J. a kol.: *Obchodný zákonník a súvisiace predpisy. Komentár*. Bratislava : Eurounion, 2007, s. 830-840.

³¹³GREGUŠOVÁ, D., PERÁČEK, T.: *Obchodné právo pre manažérov. 2. dopl. a preprac. vyd.* Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu, 2015, s. 75-90.

³¹⁴PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár*. Bratislava : C. H. Beck, 2022, s. 1624.

Ak sa záväzkový vzťah bude týkať s prihliadnutím na všetky okolnosti podnikateľskej činnosti zmluvných strán a zmluvnými stranami budú podnikatelia (prípadne subjekty verejného práva v súlade s § 261 ods. 2 Obchodného zákonníka), aplikuje sa naň Obchodný zákonník a pôjde o relatívny obchodný záväzkový vzťah. Inak sa použijú ustanovenia Občianskeho zákonníka s výnimkou prípadov, keď sa strany písomne dohodnú, že ich záväzkový vzťah sa bude spravovať Obchodným zákonníkom. Vtedy možno hovoriť o fakultatívnom obchodnom záväzkovom vzťahu (§ 262 Obchodného zákonníka). Takouto dohodou o aplikácii Obchodného zákonníka však nesmie byť vylúčená ochrana spotrebiteľa garantovaná mu ustanoveniami Občianskeho zákonníka (§ 52 ods. 2 Občianskeho zákonníka).³¹⁵ Ustanovenia Obchodného zákonníka sa uplatnia vždy pri sprostredkovaní kúpy alebo predaja cenných papierov (§ 37 zákona o cenných papieroch) a zo sprostredkovania burzových obchodov (§ 261 ods. 3 písm. c) Obchodného zákonníka), keďže ide o typový absolútny obchod.³¹⁶ Zákon o cenných papieroch pri zmluve o sprostredkovaní kúpy alebo predaja cenných papierov odkazuje na použitie mandátnej zmluvy, a to v súlade s § 576 Obchodného zákonníka, z ktorého následne vyplýva primárna pôsobnosť ustanovení Obchodného zákonníka pre zmluvu o sprostredkovaní.³¹⁷

Reguláciu predmetnej pomenovanej zmluvy nachádzame v § 642 až § 651 Obchodného zákonníka, pričom výlučne § 642 predstavuje kogentnú reguláciu, ostatné paragrafy reprezentujú úpravu dispozitívnu (z čoho vyplýva, že zmluvné strany sa môžu dohodnúť aj odlišným spôsobom ako normuje Obchodný zákonník).

Podľa § 642 Obchodného zákonníka zmluvou o sprostredkovaní sa sprostredkovateľ zaväzuje, že bude vyvíjať činnosť smerujúcu k tomu, aby záujemca mal príležitosť uzavrieť určitú zmluvu s tretou osobou, a záujemca sa zaväzuje zaplatiť sprostredkovateľovi odplatu (províziu). Z toho vyplýva, že záväzkom sprostredkovateľa je jeho činnosť smerujúca k obstaraniu príležitosti na uzavretie sprostredkúvanej zmluvy a keďže zmluva o sprostredkovaní nie je zmluvou o dosiahnutí výsledku (uzavretie zmluvy), ale o vykonaní činnosti, tak skutočnosť, že nedošlo k uzavretiu sprostredkúvanej zmluvy, neznamená porušenie zmluvy o sprostredkovaní.³¹⁸

³¹⁵OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775). 2. vydanie.* Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1230.

³¹⁶PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár.* Bratislava : C. H. Beck, 2022, s. 1624.

³¹⁷Tamže.

³¹⁸OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775). 2. vydanie.* Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1230.

Termín „príležitosť uzavrieť sprostredkúvanú zmluvu“ odborná literatúra definuje ako identifikáciu osoby, ktorá prichádza do úvahy ako potenciálny zmluvný partner, predstavenie potenciálnych zmluvných partnerov navzájom alebo nadviazanie komunikácie medzi nimi, ktorá smeruje k možnosti uzatvoriť zmluvu, pričom okrem zoznámenia dotknutých subjektov musí byť vytvorená príležitosť uzatvoriť sprostredkúvanú zmluvu s určitým obsahom.³¹⁹

Podstatné časti zmluvy o sprostredkovaní, ktoré ju charakterizujú ako zmluvný typ, sú:

1. záväzok sprostredkovateľa vyvíjať sprostredkovateľskú činnosť,
2. určenie zmluvy, resp. zmlúv, ktoré majú byť sprostredkované (označenie sprostredkúvanej zmluvy),
3. záväzok záujemcu zaplatiť sprostredkovateľovi odplatu.³²⁰

Keďže cieľom sprostredkovania nie je dosiahnuť uzatvorenie zmluvy, ale len vytvorenie príležitosti na rokovanie a uzavretie zmluvy, nemusí byť v zmluve o sprostredkovaní sprostredkúvaná zmluva určená tak detailne, aby na jej prijatie postačovala jednoduchá akceptácia, naopak, keďže sa predpokladá, že o konečnom znení zmluvy bude záujemca s treťou osobou rokovať, má sa určitosť sprostredkúvanej zmluvy posudzovať podľa požiadaviek na výkon sprostredkovateľskej činnosti.³²¹

Z platnej právnej úpravy je možné abstrahovať najmä nasledujúce **povinnosti sprostredkovateľa**:

- a) Sprostredkovateľ je povinný **vyvíjať sprostredkovateľskú činnosť**.
- b) Sprostredkovateľ je povinný bez zbytočného odkladu **oznamovať záujemcovi okolnosti dôležité pre jeho rozhodovanie o uzavretí sprostredkúvanej zmluvy**. Konkretizácia povinnosti sprostredkovateľa informovať záujemcu sa môže týkať napr. periodicity podávania informácií, ale i obsahu poskytovania informácií, napr. informácie o cenových reláciách, o dodacích podmienkach, o platobných podmienkach a pod.³²²
- c) Sprostredkovateľ je povinný, ak o to záujemca požiada, **oznámiť mu údaje potrebné na posúdenie dôveryhodnosti osoby, s ktorou sprostredkovateľ navrhuje uzavrieť zmluvu**. Nie je povinnosťou záujemcu, aby si vyžiadal na posúdenie doklady preukazujúce dôveryhodnosť navrhovaných osôb, naopak povinnosťou

³¹⁹Tamže, s. 1231.

³²⁰ŽITŇANSKÁ, L., OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Základy obchodného práva 2*. Bratislava: IURA EDITION, 2010, s. 254.

³²¹OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775)*. 2. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1231.

³²²SUCHOŽA, J. a kol.: *Obchodný zákonník a súvisiace predpisy. Komentár*. Bratislava : Eurounion, 2007, s. 830-835.

sprostredkovateľa je na požiadanie záujemcu takéto údaje poskytnúť.³²³ Zo záväzkového vzťahu založeného zmluvou o sprostredkovaní vyplýva, že sprostredkovateľ *ex lege* neručí za splnenie záväzku tretích osôb (tzv. inštitút ručenia *del credere* obvyklý najmä v medzinárodných obchodných vzťahoch), ktoré záujemcovi oznámil ako tretie osoby, s ktorými záujemca môže uzavrieť sprostredkovanú zmluvu, ručenie za splnenie záväzku tretích osôb však môže byť medzi zmluvnými stranami v zmluve osobitne dojednané; nepôjde však o typické dojednanie³²⁴.

- d) Sprostredkovateľ je povinný pre potrebu záujemcu **uschovať doklady**, ktoré nadobudol v súvislosti so sprostredkovateľskou činnosťou, a to po dobu, po ktorú môžu byť tieto doklady významné pre ochranu záujmov záujemcu.
- e) Aj keď to zákonodarca výslovne nenormuje v zmluve o sprostredkovaní, na základe analógie možno konštatovať, že sprostredkovateľ je povinný **konať s odbornou starostlivosťou**. Uvedené vyplýva z koncepcie a štandardu obstarávateľského typu zmlúv.³²⁵

Medzi **práva sprostredkovateľa** možno zaradiť predovšetkým:

- a) **Právo sprostredkovateľa na províziu**. V Obchodnom zákonníku zákonodarca zakotvil tri alternatívy, ako sa zmluvné strany môžu dohodnúť o vzniku nároku na províziu:
 - 1. Sprostredkovateľovi vzniká nárok na províziu, ak je uzavretá zmluva, ktorá je predmetom sprostredkovania. Toto ustanovenie má dispozitívnu povahu, z čoho vyplýva, že zmluvné strany sa môžu dohodnúť iným spôsobom. Ak však nedôjde k inej dohode, je potrebné predpokladať, že nárok na províziu sprostredkovateľovi vzniká, ak dôjde k uzatvoreniu zmluvy, ktorá má byť predmetom sprostredkovania. Pod vznikom nároku na províziu sa rozumie splnenie hmotnoprávných predpokladov, ktoré oprávňujú sprostredkovateľa žiadať vyplatenie provízie, samotný nárok na províziu môže byť splatný aj neskôr, po vzniku nároku na províziu.³²⁶ Sprostredkovateľovi vznikne nárok na províziu len v prípade, ak bude sprostredkovaná zmluva s tretou osobou uzavretá.³²⁷ Obchodný zákonník neuvádza, že by nárok na províziu zanikol v prípade, ak by sprostredkovaná zmluva následne nebola plnená alebo by jej platnosť bola

³²³PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár*. Bratislava : C. H. Beck, 2022, s. 1630.

³²⁴Tamže.

³²⁵Tamže.

³²⁶OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775)*. 2. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1233.

³²⁷Tamže.

ukončená, či zmluva inak zanikla; nárok na províziu už vznikne uzatvorením zmluvy a neskoršie okolnosti s ohľadom na trvanie zmluvy nemajú na trvanie nároku vplyv³²⁸.

2. Zmluvné strany sa môžu dohodnúť, že sprostredkovateľ je povinný len zaobstarať pre záujemcu príležitosť uzavrieť s treťou osobou zmluvu s určitým obsahom a nárok na províziu vzniká sprostredkovateľovi už zaobstaraním tejto príležitosti. Pre vznik nároku sprostredkovateľa na províziu nie je v tomto prípade rozhodujúce, či sprostredkovaná zmluva bola s treťou osobou uzavretá, a ani to, či bol splnený záväzok tretej osoby zo sprostredkovanej zmluvy; riziko neuzatvorenia alebo neplnenia sprostredkovej zmluvy znáša záujemca.³²⁹ Naďalej by sa však mal uplatniť § 649 ods. 1 Obchodného zákonníka, podľa ktorého nesmie sprostredkovateľ navrhovať záujemcovi uzavretie zmluvy s osobou, o ktorej vie alebo musí vedieť, že existuje dôvodná pochybnosť, či splní riadne a včas svoje záväzky zo sprostredkovanej zmluvy, a preto poruší sprostredkovateľ zmluvu, ak zaobstará príležitosť s osobou, ktorá nemá skutočný záujem o uzatvorenie zmluvy so záujemcom s určitým obsahom³³⁰.
3. Zmluvné strany sú taktiež oprávnené sa dohodnúť, že sprostredkovateľovi vzniká nárok na províziu až splnením záväzku tretej osoby zo sprostredkovej zmluvy. V prípade, ak si strany dohodli vznik nároku na províziu až splnením záväzku tretej osoby, vznikne nárok vtedy, ak tretia osoba riadne splní svoje povinnosti zo zmluvy. Omeškanie so splnením nevylučuje vznik nároku na províziu, len ho odsúva na neskôr, a to na skutočné plnenie.³³¹ Ak sa zmluvné strany dohodnú na tom, že sprostredkovateľovi vzniká nárok na províziu splnením záväzku tretej osoby, vznikne sprostredkovateľovi taktiež nárok v prípade, ak záväzok tretej osoby voči záujemcovi zanikol alebo splnenie záväzku tretej osoby sa oddialilo z dôvodov, za ktoré zodpovedá záujemca. Za dôvody, za ktoré zodpovedá záujemca, možno považovať všetky prípady, keď v dôsledku správania sa záujemcu alebo okolnosti, ktorá je záujemcovi pričítateľná, vzniká tretej osobe právo odmietnuť alebo pozdržať plnenie svojich povinností. Z dôvodov právnej

³²⁸Tamže.

³²⁹Tamže, s. 1234.

³³⁰Tamže.

³³¹Tamže, s. 1235.

istoty je potrebné odporučiť, aby si strany zmluvne vymedzili pojem „dôvody, za ktoré zodpovedá záujemca“.³³²

Ak si strany zmluvne dohodnú, že základom pre určenie výšky provízie je rozsah splneného záväzku tretej osoby, započítava sa do predmetného základu i plnenie neuskutočnené z dôvodov, za ktoré zodpovedá záujemca.

Ako vhodné sa javí, aby si záujemca a sprostredkovateľ v zmluve o sprostredkovaní dohodli výšku provízie alebo spôsob určenia výšky provízie. Ak sa tak nestane, vznikne sprostredkovateľovi nárok na províziu vo výške obvyklej za sprostredkovanie obdobných zmlúv v čase uzavretia zmluvy o sprostredkovaní.

Vzniku práva sprostredkovateľa na províziu nebráni skutočnosť, že až po zániku zmluvy o sprostredkovaní je s treťou osobou uzavretá, prípadne splnená zmluva, na ktorú sa vzťahovala jeho sprostredkovateľská činnosť.

Sprostredkovateľovi však nevzniká nárok na províziu, ak zmluva s treťou osobou bola uzavretá bez jeho súčinnosti alebo ak v rozpore so zmluvou bol činný ako sprostredkovateľ tiež pre osobu, s ktorou sa uzavrela sprostredkovaná zmluva.

- b) Právo na **úhradu nákladov spojených so sprostredkovaním** má sprostredkovateľ popri provízii výlučne vtedy, ak to bolo zmluvne výslovne dohodnuté, a pri pochybnostiach len pri vzniku nároku na províziu.

Medzi **povinnosti záujemcu** patria predovšetkým:

- a) **zaplatiť** sprostredkovateľovi **odplatu (províziu)**;
- b) **uhradiť** sprostredkovateľovi **náklady spojené so sprostredkovaním** popri provízii, len keď to bolo výslovne dojednané, a pri pochybnostiach len pri vzniku nároku na províziu;
- c) *ex lege* **oznamovať** sprostredkovateľovi **rozhodujúce skutočnosti pre uzavretie sprostredkovanej zmluvy**.³³³

Medzi **práva záujemcu** patrí najmä **právo na údaje potrebné na posúdenie dôveryhodnosti osoby, s ktorou sprostredkovateľ navrhuje uzavrieť zmluvu**.

Zmluva o sprostredkovaní je tzv. fixnou zmluvou, ktorá **zaniká**, ak sprostredkovaná zmluva nie je uzavretá v dohodnutom čase, t.j. dochádza k zániku nesplneného záväzku uplynutím času.³³⁴

³³²Tamže, s. 1236.

³³³PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár*. 1. vydanie. Bratislava : C. H. Beck, 2022, s. 1626.

³³⁴Tamže, s. 1630.

Ak záujemca a sprostredkovateľ čas (lehotu) na uzavretie sprostredkúvanej zmluvy neurčili, ktorákoľvek zo zmluvných strán môže zmluvu ukončiť tým, že to oznámi druhej strane. Vychádza sa z toho, že ide o zmluvu na dobu neurčitú.³³⁵

10.2.6. Licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva

Licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva je upravená v ustanoveniach § 508 až 515 ObZ. Licenčnou zmluvou na predmety priemyselného vlastníctva oprávňuje **poskytovateľ** nadobúdateľa v dohodnutom rozsahu a na dohodnutom území na výkon práv z priemyselného vlastníctva a **nadobúdateľ** sa zaväzuje na poskytnutie určitej odplaty alebo inej majetkovej hodnoty. Licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva vyžaduje písomnú formu (§ 508 ObZ).

Podstatnými časťami (náležitosťami) licenčnej zmluvy na predmety priemyselného vlastníctva sú:

- a) vymedzenie predmetu licenčnej zmluvy, teda vymedzenie práva, ktorého výkon sa licenčnou zmluvou bude poskytovať vrátane rozsahu výkonu tohto práva,
- b) vymedzenie dohodnutého územia, na ktorom bude nadobúdateľ právo vykonávať, a
- c) určenie odplaty alebo inej nemajetkovej hodnoty.

Na výkon práva poskytnutého na základe licenčnej zmluvy sa vyžaduje **zápis do príslušného registra**, ak tak ustanovuje osobitný právny predpis (§ 509 ods. 1 ObZ). Osobitné registre (napr. register patentov, ochranných známk, dizajnov) vedie Úrad priemyselného vlastníctva v Banskej Bystrici, v prípade registra nových odrôd rastlín a plemien zvierat je to Ministerstvo pôdohospodárstva Slovenskej republiky. Následkom nesplnenia registračnej povinnosti je absencia účinkov licenčnej zmluvy voči tretím osobám. Nezaregistrovanie licenčnej zmluvy v príslušnom registri nemá vplyv na práva a povinnosti dohodnuté stranami a nezbavuje zmluvné strany možnosti výkonu práv z licenčnej zmluvy.³³⁶

Medzi práva a povinnosti **poskytovateľa** licencie patria:

- a) má povinnosť **poskytnúť nadobúdateľovi** bez zbytočného odkladu po uzavretí zmluvy **všetky podklady a informácie** potrebné na výkon práva podľa zmluvy (§ 512 ObZ);

³³⁵OVEČKOVÁ, O. a kol.: Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775). 2. vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, s. 1241.

³³⁶JANÁČ, V. Licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva. In OVEČKOVÁ, O. a kol. *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. 2. vydanie*. Bratislava: Wolters Kluwer SR s.r.o., 2022, s. 920, 935.

- b) je naďalej **oprávnený na výkon práva**, ktoré je predmetom licenčnej zmluvy a na **poskytnutie jeho výkonu iným osobám (nevýlučná licencia)** alebo
- c) je oprávnený predmet licencie užívať, ale nesmie udeliť ďalšiu licenciu tretej osobe (**výlučná licencia s obmedzenou exkluzivitou**) alebo nie je oprávnený na výkon priemyselného práva, ani na poskytnutie jeho výkonu iným osobám ako výhradnému nadobúdateľovi licencie (**výlučná licencia s úplnou exkluzivitou**),
- d) iba poskytovateľ ako majiteľ práva sa môže účinne domáhať jeho ochrany, v prípade splnenia notifikačnej povinnosti zo strany nadobúdateľa je povinný bez zbytočného odkladu **urobiť potrebné právne opatrenia na ochranu výkonu práva** (§ 514 ObZ).

K právam a povinnostiam **nadobúdateľa** licencie zaraďujeme:

- a) povinnosť **utajovať poskytnuté podklady a informácie pred tretími osobami**, za predpokladu, že zo zmluvy alebo z poskytnutých dokladov a informácií nevyplýva, že poskytovateľ nemá záujem na ich utajení (povinnosť mlčanlivosti),
- b) po zániku zmluvy povinnosť **vrátiť poskytovateľovi podklady** a naďalej **utajovať poskytnuté informácie**, až do doby, keď sa stanú všeobecne známymi (§ 513 ObZ),
- c) počas trvania zmluvy **udržiavať právo**, pokiaľ to jeho povaha vyžaduje (§ 510 ObZ), ide o povinnosť nadobúdateľa vyplývajúcu z osobitných predpisov vzťahujúcich sa na jednotlivé priemyselné práva, a to najmä povinnosť platiť tzv. udržiavacie poplatky Úradu priemyselného vlastníctva SR,
- d) ak trvanie práva závisí od jeho výkonu, nadobúdateľ je na to povinný (§ 509 ods. 2 ObZ). Podľa našej právnej úpravy závisí trvanie práva od jeho výkonu pri ochranných známkach; v zmysle zákona o ochranných známkach ak ochranná známka nebola pre tovary alebo služby, pre ktoré je zapísaná, využívaná nepretržite aspoň po dobu piatich rokov na relevantnom území bez oprávnených dôvodov, právna ochrana sa ruší. Aj z tohto dôvodu sa odporúča do licenčnej zmluvy zakomponovať ustanovenia o povinnosti nadobúdateľa využívať uvedené právo;³³⁷
- e) nadobúdateľ nie je oprávnený prenechať výkon práva iným osobám (§ 511 ods. 2 ObZ); oprávnenie nadobúdateľa prenechať výkon priemyselných práv iným osobám (tzv. **sublicencia**) je možná iba v prípade, ak je to v zmluve výslovne dohodnuté;³³⁸

³³⁷Tamtiež, s. 935 – 936. Tiež PATAKYOVÁ, M. a kol. *Obchodný zákonník. Komentár. 1. vydanie*. Bratislava: C. H. Beck, 2022, s. 1505.

³³⁸JANÁČ, V. Licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva. In OVEČKOVÁ, O. a kol. *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. 2. vydanie*. Bratislava: Wolters Kluwer SR s.r.o., 2022, s. 939-938.

f) ak nadobúdateľ počas výkonu práv zistí, že ho iné osoby obmedzujú alebo že porušujú jeho právo, je povinný bez zbytočného odkladu **podat' správu poskytovateľovi**; iba poskytovateľ je oprávnený domáhať sa ochrany svojho práva, pričom nadobúdateľ je povinný poskytnúť mu pritom **potrebné spolupôsobenie** (napr. vypovedať alebo poskytnúť dôkazné prostriedky).

Licenčnú zmluvu na predmety priemyselného vlastníctva je možné uzatvoriť na dobu určitú aj neurčitú. V zmysle § 515 ObZ ak licenčná zmluva nie je dohodnutá na dobu určitú, možno ju vypovedať. Výpoveď nadobúda účinnosť uplynutím jedného roka od konca kalendárneho mesiaca, v ktorom bola výpoveď doručená druhej zmluvnej strane. Uvedené ustanovenie Obchodného zákonníka je dispozitívne, to znamená, že strany sa môžu dohodnúť aj na inej výpovednej lehote.

Právnu úpravu niektorých aspektov licenčných zmlúv nachádzame aj v niektorých osobitných zákonoch upravujúcich priemyselné vlastníctvo, a to napr. v zákone o ochranných známkach, v zákone o dizajnoch alebo v patentovom zákone. Ide o osobitnú právnu úpravu (*lex specialis*), ktorá má prednosť pred právnou úpravou licenčnej zmluvy obsiahnutej v ObZ.

Je nepochybné, že s rozvojom medzinárodného transferu technológií vzrástol aj význam licenčnej zmluvy. Ako najčastejšie dôvody na uzatvorenie licenčnej zmluvy sa uvádzajú napr. vysoké náklady na výskum a vývoj, možnosť rýchleho zavedenia novej výroby, urýchlenie vlastného výskumu, reklama, či možnosť dodatočného príjmu pre poskytovateľa. V praxi sa licenčná zmluva v čistej podobe vyskytuje skôr zriedkavejšie, zmluvy, v ktorých sa vyskytuje aj poskytnutie licencie majú skôr zmiešaný (hybridný) charakter ako napr. franchisingová zmluva.³³⁹

10.2.7. Franchisingová (franšízingová) zmluva

Na rozdiel od prechádzajúcich zmluvných typov výslovne upravených v Obchodnom zákonníku je franchisingová zmluva nepomenovanou (inominátnou) zmluvou. V zmysle § 269 ods. 2 ObZ môžu účastníci uzavrieť aj takú zmluvu, ktorá nie je upravená ako typ zmluvy, za predpokladu, že dostatočne určia predmet svojich záväzkov.

Franchisingová zmluva môže obsahovať prvky viacerých typov zmlúv, a to licenčnej zmluvy, nájomnej zmluvy, lízingovej zmluvy a iných. Základom franchisingovej zmluvy je

³³⁹OVEČKOVÁ, O. *Obchodný zákonník: komentár 2. 3. dopl. a preprac. vyd.* Bratislava : Iura Edition, 2012, s. 995, PATAKYOVÁ, M. a kol. *Obchodný zákonník. Komentár.* In Ekonomický a právny poradca podnikateľa. Žilina: PP, 5-6/2002, s. 306-307. ISSN 1335-0714.

licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva (napr. know-how, ochranné známky, obchodné meno, logo). Vzhľadom na skutočnosť, že licenčná zmluva podľa Obchodného zákonníka vyžaduje písomnú formu, ak je licenčná zmluva súčasťou kombinovaných zmlúv, ako napr. franchisingová zmluva, je vhodné celú kombinovanú zmluvu podriaadiť písomnej forme.

Ako uvádza Rozehnalová, rozlišujeme franchising **v oblasti služieb** (nositeľ franchisingu získava právo užívať obchodné meno, obchodnú známku atď. za účelom podnikania v oblasti prevádzkovania hotelov, reštaurácií, požičovní áut), **výrobný franchising** (nositeľ franchisingu sám vytvára tovar, ktorý nesie úžitkový vzor, dizajn, obchodnú známku atď. podľa pokynov poskytovateľa) a **franchising predajný alebo distribučný** (nedochádza iba k výhradnej distribúcii tovaru, ale aj k distribúcii v predajniach využívajúcich obchodné znaky, úžitkové vzory poskytovateľa, reklamnú kampaň a pod).³⁴⁰

Podľa Slovak Business Agency (SBA) sa koncept franchisingu v Slovenskej republike uplatňuje najviac pri reštauračných službách a obchodných službách. Nachádzame tu aj prienik franchisingu do sektora obchodu, napr. predaj potravín, či sieť lekární, ale aj do oblasti účtovníckych a právnych služieb, či predaja realít.

Zmluvnými stranami franchisingovej (franšízingovej) zmluvy sú **prijímateľ, nositeľ franchisy (franšízant) a poskytovateľ franchisy (franšízor)**. Franchisingovou zmluvou poskytovateľ franchisingu poskytuje príjemcovi franchisingu právo využívať súbor práv priemyselného a duševného vlastníctva s cieľom výroby alebo marketingu určitého druhu tovaru, služieb alebo technológií za priamu alebo nepriamu odplatu.³⁴¹

Vo vzťahu k tretím osobám rozlišujeme dva typy franchisingových zmlúv, a to **vo forme priameho franchisingu**, kedy je uzatvorená základná a jediná zmluva s prijímateľom franchisy, ktorý je oprávnený iba na využívanie licencie, alebo **vo forme tzv. master-franchisingu** ako základná zmluva, ktorá vymedzuje priestor pre ďalšie na ňu nadväzujúce podporné zmluvy, čiže oprávňuje prijímateľa franchisy poskytovať franchising ďalej.

V ustanoveniach franchisingovej zmluvy by mali byť starostlivo vymedzené najmä **zmluvné strany**, prípadne aj najčastejšie termíny používané v zmluve, ďalej by mala obsahovať **popis predmetu zmluvy – udelenej franchisy**, napr. obchodné známky, obchodné

³⁴⁰ROZEHNALOVÁ, N., VALDHANS, J., KYSELOVSKÁ, T. *Právo medzinárodného obchodu. Všetchné problematiky medzinárodného rozhodčieho řízení*. 4. vydání. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2021, s. 386 – 387.

³⁴¹Franchisingový koncept podnikania v SR. *Slovak Business Agency. SBA*, Bratislava, 2021. Dostupné na: https://www.sbagency.sk/sites/default/files/franchisingovy_koncept_podnikania_v_sr.pdf.

mená, know-how, popis obchodného systému a všetko, čo odlišuje poskytovateľa od ostatných podnikateľských subjektov.

Podľa Rozehnalovej medzi **práva a povinnosti poskytovateľa franchisy**, ktoré sa týkajú hlavného predmetu zmluvy, patria:

- a) záväzky, ktoré sa týkajú prevodu licencie k registrovaným alebo neregistrovaným právam (napr. know-how),
- b) záväzky spočívajúce v prepojení uvedených práv s praxou, čiže informácie o tom, ako je celý systém vybudovaný a čo je potrebné urobiť, aby bol výsledok podobný alebo totožný (napr. odovzdanie manuálu, zabezpečenie školenia, poskytnutie asistencie).

S udelením franchisy podobne ako s udelením licencie súvisia aj **otázky jej výlučnosti, exkluzivity**, ktorá sa môže týkať územia, oblasti, na ktorú sa franchisa vzťahuje, jej časového obmedzenia či neobmedzenia, ako aj vecného rozsahu, teda či ide o vzájomne poskytovanú exkluzivitu medzi poskytovateľom a prijímateľom, či je franchisza udelená len na niektoré činnosti alebo na celý rozsah činností.³⁴²

Práva a povinnosti prijímateľa franchisy rozdeľuje Rozehnalová do štyroch skupín:

- a) splnenie rozvrhu rozvoja franchisingu (napr. otváranie siete prevádzkarní alebo zvyšovanie štandardov poskytovaných služieb),
- b) platenie poplatkov vymedzených zmluvou, či už na začiatku franchisy (*entrance fee*) alebo počas jej priebehu (*ongoing fee*),
- c) plnenie požiadaviek poskytovateľa franchisy smerom k dodržiavaniu kvality produktu, s čím je spojený pravidelný kontrolný systém, a
- d) povinnosť vzájomného poskytovania informácií.

Pokiaľ ide o dĺžku trvania zmluvy, pre franchisingovú zmluvu je charakteristická jej **dlhodobosť**, ktorá súvisí práve s charakterom predmetu zmluvy.³⁴³

³⁴² Tamtiež, s. 388-389.

³⁴³ Tamtiež, s. 388-389.

Obrázok č. 1 Základné princípy franchisingu



Zdroj: Franchisingový koncept podnikania v SR. Slovak Business Agency. SBA, Bratislava, 2021. Dostupné na: https://www.sbagency.sk/sites/default/files/franchisingovy_koncept_podnikania_v_sr.pdf

10.2.8. Zmluva o výhradnom predaji

Zmluva o výhradnom predaji je upravená v ustanoveniach § 745 až § 749 Obchodného zákonníka v rámci osobitných dojednaní v medzinárodnom obchode. Zmluvou o výhradnom predaji sa zaväzuje dodávateľ, že nebude tovar určený v zmluve v určitej oblasti dodávať inej osobe ako odberateľovi (§ 745 ObZ). **Podstatnými obsahovými náležitosťami** zmluvy sú:

- určenie zmluvných strán, dodávateľa a odberateľa,
- záväzok dodávateľa, že nebude v určitej oblasti dodávať tovar inej osobe ako v zmluve určenému odberateľovi,
- určenie tovaru, na ktorý sa výhradný predaj vzťahuje, a
- určenie oblasti, územia, na ktoré sa vzťahuje záväzok dodávateľa.

Zmluva o výhradnom predaji vyžaduje **písomnú formu**. Táto zmluva **má charakter rámcovej zmluvy o spolupráci**, to znamená, že povinnosť dodať určitý tovar bude predmetom kúpnej zmluvy, teda tzv. realizačnej zmluvy. Zmluva o výhradnom predaji sa využíva v medzinárodnom obchodnom styku a spravidla sa ňou zabezpečuje distribúcia určitého druhu tovaru na určitom území, pričom pre odberateľa má zabezpečovať jeho výlučné výhradné postavenie na tomto území. Uzatvorenie zmluvy o výhradnom predaji prináša so sebou **riziko porušenia pravidiel hospodárskej súťaže**. V zmysle zákona o ochrane hospodárskej súťaže

by mohlo ísť o tzv. kartelové dohody (dohody obmedzujúce súťaž) alebo o zneužívanie dominantného postavenia.³⁴⁴

V zmysle § 746 ObZ sa dodávateľovi zakazuje priamo (sám) alebo nepriamo (napr. prostredníctvom komisionárskej zmluvy alebo zmluvy o obchodnom zastúpení) dodávať určený tovar vo vyhradenej oblasti komukoľvek inému ako odberateľovi, prípadne viacerým odberateľom alebo iným osobám určeným v zmluve. Obmedzenie dodávateľa sa netýka jeho práva **vykonávať propagáciu svojich výrobkov a prieskum trhu** vo vyhradenej oblasti, čo je bežný jav v medzinárodnom obchode a uskutočňuje sa spravidla vo viacerých oblastiach naraz. Ak dodávateľ dodáva tovar v rozpore so zmluvou iným odberateľom, je **odberateľ oprávnený odstúpiť od zmluvy** (§ 749 ods. 2 ObZ). Odstúpenie od zmluvy sa nedotýka nároku na náhradu škody, ktorá vznikla porušením zmluvy.

Dodávateľ môže odstúpiť od zmluvy, v prípade, ak odberateľ nedodržel časové rozvrhnutie odberu tovaru predpokladané v zmluve alebo ak odoberá tovar, ktorý je predmetom zmluvy o výhradnom predaji od iného dodávateľa, hoci na to nebol podľa zmluvy oprávnený. Nárok na náhradu škody na rozdiel od odberateľa dodávateľovi nevzniká (§ 749 ods. 1 ObZ).

Zmluva o výhradnom predaji môže byť uzatvorená na dobu určitú alebo na dobu neurčitú. Ak v zmluve nie je určené, na akú dobu ju strany uzavreli, **zaniká zmluva uplynutím jedného roka po jej uzavretí**. Ide o zmluvu na dobu určitú.

Ak zo zmluvy vyplýva, že ju strany zamýšľali uzavrieť na dobu neurčitú a v zmluve nedohodli výpovednú lehotu, môže ju ktorákoľvek zo strán ukončiť **výpoveďou** v jednomesačnej výpovednej dobe. Výpoveď nadobúda účinnosť ku koncu kalendárneho mesiaca nasledujúceho po mesiaci, v ktorom bola doručená druhej zmluvnej strane (§ 748 ObZ).

Použitá literatúra

1. BEJČEK, J., ELIÁŠ, K., RABAN, P.: *Kurs obchodního práva. Obchodní závazky*. 4. vydanie. Praha : C. H. Beck, 2007, ISBN 978-80-7179-781-4, 536 s.
2. Franchisingový koncept podnikania v SR. *Slovak Business Agency. SBA*, Bratislava, 2021. Dostupné na:
https://www.sbagency.sk/sites/default/files/franchisingovy_koncept_podnikania_v_sr.pdf

³⁴⁴OVEČKOVÁ, O. *Obchodný zákonník: komentár 2. 3. dopl. a preprac. vyd.* Bratislava : Iura Edition, 2012, s. 995.

3. GREGUŠOVÁ, D., PERÁČEK, T.: *Obchodné právo pre manažérov. 2. dopl. a preprac. vyd.* Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu, 2015, ISBN 978-80-223-38-61-5, 168 s.
4. HRABEC, J.: Povinnosť osobného výkonu funkcie obchodného zástupcu. In. *e-law.cz*. Dostupné na: <http://www.elaw.cz/clanek/povinnost-osobniho-vykonu-funkce-obchodniho-zastupce>
5. KUBÍČEK, P. a kol.: *Obchodné právo*. Bratislava : VO Právnickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave, 2007, ISBN 978-80-7160-225-5, 390 s.
6. MAMOJKA, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. 2. zväzok*. Bratislava : Eurokódex, 2016, ISBN 978-80-8155-065-2, 1087 s.
7. OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Slovník obchodného práva*. Bratislava : IURA EDITION, 1994, ISBN 80-88715-11-3, 366 s.
8. OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník 2. Komentár. 2. doplnené a prepracované vydanie*. Bratislava : IURA EDITION, 2008, ISBN: 978-80-8078-205-4, 1080 s.
9. OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok II. (§ 261 až 775). 2. vydanie*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2022, ISBN: 978-80-8078-205-4. 3704 s.
10. OVEČKOVÁ, O. *Obchodný zákonník: komentár 2*. Bratislava : Iura Edition, 2012, ISBN 978-80-8078-434-8, 1002 s.
11. PATAKYOVÁ, M. a kol. *Obchodný zákonník. Komentár*. In Ekonomický a právny poradca podnikateľa. Žilina: PP, 5-6/2002, s. 306-307. ISSN 1335-0714.
12. PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodný zákonník. Komentár. 3. vydanie*. Bratislava: C. H. Beck, 2010, ISBN 978-80-7400-314-1, 1204 s.
13. PATAKYOVÁ, M.: *Obchodný zákonník. Komentár. 4. vydanie*. Bratislava : C. H. Beck, 2013, ISBN 978-80-89603-12-1, 1704 s.
14. PATAKYOVÁ, M. a kol.: *Obchodník zákonník. Komentár*. Bratislava : C. H. Beck, 2022, ISBN 978-80-8232-018-6, 1792 s.
15. ROZEHNALOVÁ, N., VALDHANS, J., KYSELOVSKÁ, T. *Právo medzinárodného obchodu. Včetně problematiky medzinárodného rozhodčího řízení. 4. vydání*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2021, ISBN 978-80-7676-046-2, 524 s.
16. SUCHOŽA, J: *Slovenské obchodné právo. Obchodné záväzky*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Právnická fakulta, 2004, ISBN 80-8083-006-1, 208 s.
17. SUCHOŽA, J. a kol.: *Obchodné právo*. Bratislava : IURA EDITION, 2009, ISBN 978-80-807-82-90-0, 1100 s.

18. SUCHOŽA, J. a kol.: *Obchodný zákonník a súvisiace predpisy. Komentár*. Bratislava : Eurounion, 2007, ISBN 978-80-88984-98-6, 1023 s.
19. ŠTENGLOVÁ, I. a kol. 2010. *Obchodný zákoník. Komentár*. 13. vyd. Praha : C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-354-7, 1469 s.
20. WINKLER, M.: *Obchodné zastúpenie vo vnútroštátnom a zahraničnom obchode*. Praha : Linde, 2010, ISBN 978-80-7201-818-5, 312 s.
21. ŽITŇANSKÁ, L., OVEČKOVÁ, O. a kol.: *Základy obchodného práva 2*. Bratislava: IURA EDITION, 2010, ISBN 978-80-807-83-45-7, 449 s.
22. Právne predpisy podľa textu.
23. Rozhodnutia súdnych orgánov podľa textu.

11. PRÁVNÁ ÚPRAVA SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLÚV V OBLASTI MARKETINGU

11.1. VŠEOBECNE O SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLUVÁCH

11.1.1. Vymedzenie pojmu spotrebiteľská zmluva

Pojem spotrebiteľskej zmluvy je definovaný v § 52 ods. 1 Občianskeho zákonníka (OZ). V zmysle predmetného ustanovenia je spotrebiteľskou zmluvou akákoľvek zmluva bez ohľadu na právnu formu uzatvorená medzi dodávateľom a spotrebiteľom. **Dodávateľ** je definovaný v ustanovení § 52 ods. 3 OZ ako fyzická alebo právnická osoba, ktorá uzatvára spotrebiteľskú zmluvu v rámci svojej obchodnej alebo inej podnikateľskej činnosti. **Spotrebiteľom** sa rozumie **iba fyzická osoba**, ktorá uzatvára spotrebiteľskú zmluvu mimo rámca svojej obchodnej alebo inej podnikateľskej činnosti (§ 52 ods. 4 OZ). Pri určení zmluvy ako spotrebiteľskej nie je dôležitá forma zmluvy, dôležitý je charakter subjektov, ktorí uzatvárajú zmluvu, a to dodávateľ na jednej strane a spotrebiteľ na strane druhej. Spotrebiteľskou zmluvou môže byť zmluva uzatvorená podľa OZ alebo Obchodného zákonníka (ObZ), a to pomenovaná alebo nepomenovaná, ako aj typ zmluvy upravený v osobitných právnych predpisoch. Ide o zmluvu, ktorú spotrebiteľ uzatvára za účelom uspokojenia jeho osobných, bežných potrieb. Môže ísť napr. o kúpnu zmluvu, zmluvu o dielo, nájomnú zmluvu, úverovú zmluvu, zmluvu o pripojení k dodávkam plynu, elektriny, zmluvu o poskytovaní elektronických komunikačných služieb s telekomunikačným podnikom a iné.

11.1.2. Neprijateľné podmienky v spotrebiteľskej zmluve

OZ upravuje tzv. neprijateľné podmienky v spotrebiteľských zmluvách, ktoré môžu byť obsiahnuté v samotnom texte zmluvy (ak sa zmluva uzatvára písomne) alebo v obchodných podmienkach vytvorených dodávateľom.

Neprijateľnou podmienkou je podmienka, ktorá spôsobuje značnú nerovnováhu v právach a povinnostiach zmluvných strán v neprospech spotrebiteľa.

Za neprijateľné podmienky sa však nepovažujú

- a) zmluvné podmienky, ktoré sa týkajú hlavného predmetu plnenia a primeranosti ceny, ak tieto zmluvné podmienky sú vyjadrené určito, jasne a zrozumiteľne alebo

- b) ak boli neprijateľné podmienky so spotrebiteľom individuálne dojednané; (za individuálne dojednané zmluvné podmienky sa však nepovažujú také, s ktorými mal spotrebiteľ možnosť oboznámiť sa pred podpisom zmluvy, ak nemohol ovplyvniť ich obsah. Ak dodávateľ nepreukáže opak, zmluvné ustanovenia dohodnuté medzi dodávateľom a spotrebiteľom sa nepovažujú za individuálne dojednané.)

Neprijateľné podmienky upravené v spotrebiteľských zmluvách sú absolútne neplatné. Absolútna neplatnosť znamená, že v prípade súdneho sporu súd na takúto neplatnosť musí prihliadať z úradnej povinnosti (t.j. sám iniciatívne, a to bez ohľadu na to, či spotrebiteľ ich neplatnosť namietol).

OZ v ustanoveniach § 53 okrem vyššie uvedenej všeobecnej definície neprijateľnej podmienky výslovne upravuje demonštratívny spôsobom aj najbežnejšie neprijateľné podmienky. Za neprijateľnú podmienku sa považujú napríklad ustanovenia v zmluvách, ktoré

- a) má spotrebiteľ plniť a s ktorými sa nemal možnosť oboznámiť pred uzavretím zmluvy,
- b) dovoľujú dodávateľovi previesť práva a povinnosti zo zmluvy na iného dodávateľa bez súhlasu spotrebiteľa, ak by prevodom došlo k zhoršeniu vymožitelnosti alebo zabezpečenia pohľadávky spotrebiteľa,
- c) vylučujú alebo obmedzujú práva spotrebiteľa pri uplatnení zodpovednosti za vady alebo zodpovednosti za škodu,
- d) umožňujú dodávateľovi, aby spotrebiteľovi nevydal ním poskytnuté plnenie aj v prípade, ak spotrebiteľ neuzavrie s dodávateľom zmluvu alebo od nej odstúpi,
- e) umožňujú dodávateľovi odstúpiť od zmluvy bez zmluvného alebo zákonného dôvodu a spotrebiteľovi to neumožňujú,
- f) prikazujú spotrebiteľovi, aby splnil všetky záväzky aj vtedy, ak dodávateľ nespĺnil záväzky, ktoré vznikli,
- g) umožňujú dodávateľovi jednostranne zmeniť zmluvné podmienky bez dôvodu dohodnutého v zmluve,
- h) umožňujú, aby bol spor medzi stranami riešený v rozhodcovskom konaní bez splnenia podmienok ustanovených osobitným zákonom
- i) požadujú od spotrebiteľa plnenie za službu, ktorej poskytnutie dodávateľom v prevažnej miere nesleduje záujmy spotrebiteľa,
- j) požadujú od spotrebiteľa uhradenie plnení, o ktorých spotrebiteľ nebol pred uzavretím zmluvy preukázateľne informovaný, ktorých úhrada nebola upravená v zmluve alebo za ktoré spotrebiteľ nedostáva dohodnuté protiplnenie.

Zmluvné podmienky v zmluvách uzatváraných so spotrebiteľmi sa teda nemôžu odchyliť od OZ v neprospech spotrebiteľa. V pochybnostiach o význame zmluvnej podmienky sa uplatňuje výklad priaznivejší pre spotrebiteľa. Ak súd právoplatným rozsudkom určil niektorú zmluvnú podmienku v spotrebiteľskej zmluve, ktorá sa uzatvára vo viacerých prípadoch, a je obvyklé, že spotrebiteľ obsah zmluvy podstatným spôsobom neovplyvňuje alebo vo všeobecných obchodných podmienkach za neplatnú z dôvodu neprijateľnosti takejto podmienky, alebo nepriznal plnenie dodávateľovi z dôvodu takejto podmienky, dodávateľ je povinný zdržať sa používania takejto podmienky alebo podmienky s rovnakým významom v zmluvách so všetkými spotrebiteľmi. Dodávateľ má rovnakú povinnosť aj vtedy, ak mu na základe takejto podmienky súd uložil vydať spotrebiteľovi bezdôvodné obohatenie, nahradiť škodu alebo zaplatiť primerané finančné zadosťučinenie. Rovnakú povinnosť má aj právny nástupca dodávateľa.

11.2. NAJČASTEJŠIE POUŽÍVANÉ ZMLUVNÉ TYPY SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLÚV V OBLASTI MARKETINGU

11.2.1. Kúpna zmluva

Kúpna zmluva je v praxi najčastejšie uzatváraným zmluvným typom. Je to inštitút súkromného práva, ktorý slúži na prevod vlastníckeho práva k veci za odplatu. Súčasná právna úprava kúpnej zmluvy v slovenskom právnom poriadku však nie je jednotná. Kúpna zmluva je upravená v OZ i v ObZ. Z pohľadu spotrebiteľa je dôležitá predovšetkým právna úprava kúpnej zmluvy v OZ, ktorý upravuje tento inštitút v ustanoveniach §§ 588 až 610 a §§ 612 až 627. Ustanovenia § 588 až 600 OZ obsahujú všeobecné ustanovenia o kúpnej zmluve; všeobecný charakter majú aj ustanovenia §§ 601 až 610 o vedľajších dojednaniach pri kúpnej zmluve. Ustanovenia §§ 612 až 627 pod názvom Osobitné ustanovenia o predaji tovaru v obchode (Spotrebiteľské kúpne zmluvy), upravujú osobitný druh kúpnej zmluvy uzatváranej medzi dodávateľom na jednej strane a spotrebiteľom na druhej strane.

Účastníkmi kúpnej zmluvy (zmluvnými stranami) sú predávajúci a kupujúci. Z kúpnej zmluvy vznikne predávajúcemu povinnosť predmet kúpy kupujúcemu odovzdať do vlastníctva, a kupujúcemu povinnosť predmet kúpy prevziať a zaplatiť zaň predávajúcemu dohodnutú cenu. Na strane kupujúceho i na strane predávajúceho môže vystupovať aj viac subjektov (napríklad ak vec predávajú jej spoluvlastníci alebo kupujúci predmet kúpy do spoluvlastníctva nadobúdajú).

Pojmovými znakmi označovanými aj ako **podstatné náležitosti kúpnej zmluvy** sú:

- a) označenie, resp. určenie predávajúceho a kupujúceho,
- b) predmet kúpy,
- c) kúpna cena a
- d) prevod vlastníckeho práva z predávajúceho na kupujúceho.

Ad a): Zmluvnými stranami kúpnej zmluvy sú kupujúci a predávajúci, pričom môže ísť tak o fyzické osoby, ako aj právnické osoby. Tieto subjekty musia byť v zmluve označené tak, aby ich nebolo možné zameniť s inými osobami (meno, priezvisko, bydlisko, dátum narodenia, názov, adresa sídla a pod.). V spotrebiteľskej kúpnej zmluve je kupujúcim fyzická osoba – nepodnikateľ a predávajúcim podnikateľ, či už fyzická alebo právnická osoba.

Ad b): Predmetom kúpnej zmluvy (**predmetom kúpy**) môžu byť všetky veci, ktoré sú vecami v právnom zmysle, pokiaľ nie sú osobitným zákonom vylúčené z voľného občianskoprávneho obratu alebo inak obmedzené v dispozícii. Občianske právo považuje za veci v právnom zmysle hmotné predmety, pokiaľ sú ovládateľné a užitočné, t.j. slúžia potrebám ľudí. Predmetom kúpnej zmluvy môžu byť **veci určené individuálne** (napr. auto, obraz) alebo **podľa druhu** (napr. kvety), **veci hromadné** (napr. pár topánok, príbor, dámsky kostým) alebo **veci určené úhrnom** (bez presného určenia počtu, váhy, akosti a pod.) „ako stoja a ležia“ (napr. knižnica s knihami, skriňa s oblečením, byt s nábytkom). Môže ísť o **veci hnutel'né** alebo **veci nehnuteľné**. Nehnuteľnosťami sú pozemky a stavby spojené so zemou pevným základom (napr. dom, byt, kostol). Všetko ostatné sú veci hnutel'né (napr. motorové vozidlá, plechová garáž a pod.) Predmetom kúpnej zmluvy môžu byť aj prírodné sily, ak sú ovládateľné a slúžia potrebám ľudí (napr. voda, plyn, elektrina), tiež práva a iné majetkové hodnoty, pokiaľ to ich povaha pripúšťa (napr. cenný papier). Predmetom kúpnej zmluvy môže byť **celá vec**, ale aj **podiel na veci**, ktorá je v podielovom spoluvlastníctve.

Nemožno kúpiť veci nescudziteľné (napr. jaskyne, vodné toky, ktoré môžu byť len vo výlučnom vlastníctve štátu) a peniaze, s výnimkou peňazí v cudzej mene (valút), ktoré môžu byť predmetom kúpy.

Predmet kúpnej zmluvy nemusí existovať už v čase uzavretia kúpnej zmluvy. Možno kúpiť i **veci, ktoré vzniknú v budúcnosti**, a to buď tak, že kupujúci sa zaviazal zaplatiť len za veci, ktoré mu predávajúci skutočne odovzdá (vtedy sa hovorí o kúpe budúcej veci) alebo tak, že kupujúci sľúbil zaplatiť určitú cenu za **veci, ktoré majú vzniknúť v budúcnosti**, bez ohľadu na ich skutočné množstvo a kvalitu (vtedy sa hovorí o kúpe nádeje alebo tzv. odvážnej kúpe). Napríklad v kúpnej zmluve sa kupujúci a predávajúci môžu dohodnúť, že kupujúci odkúpi šteniatka z očakávaného vrhu, ktoré môžu alebo nemusia zodpovedať jeho predstavám. Môžu

sa tiež dohodnúť na kúpe budúcej úrody ovocia za vopred dohodnutú cenu, ktorá sa musí zaplatiť bez ohľadu na to, aká bude úroda.

Ad c) Kúpna cena predstavuje peňažnú odplatu za nadobudnutý predmet kúpy. **Výška kúpnej ceny** sa určuje dohodou zmluvných strán. Ustanovenie § 589 OZ ukladá povinnosť dohodnúť cenu v súlade so všeobecne záväznými právnymi predpismi. Takýmto všeobecne záväzným predpisom je zákon č. 18/1996 Z.z. o cenách v znení neskorších predpisov. Pri jeho nerešpektovaní je kúpna zmluva v rozsahu, v ktorom mu odporuje neplatná. Ide tu o relatívnu neplatnosť, ku ktorej možno prihliadnuť len vtedy, ak sa ten, kto je zmluvou dotknutý, neplatnosti dovoľá. Pod dovoľaním sa relatívnej neplatnosti právneho úkonu treba rozumieť podanie návrhu na súd na určenie neplatnosti právneho úkonu. Takýto návrh však nemôže s úspechom podať ten kto relatívnu neplatnosť sám spôsobil. Na druhej strane takýto návrh môže podať aj tretia osoba, ak je takýmto úkonom dotknutá. Právo dovoľat' sa relatívnej neplatnosti kúpnej zmluvy sa premlčuje, pričom premlčacia doba je trojročná a plynie odo dňa uzavretia kúpnej zmluvy. Ak sa na predmet kúpy nevzťahuje cenová regulácia, možno cenu dohodnúť v ľubovoľnej výške, avšak so zreteľom na ustanovenie § 39 OZ, v zmysle ktorého je neplatný právny úkon, ktorý svojím obsahom alebo účelom odporuje zákonu alebo ho obchádza alebo sa prieči dobrým mravom (napr. pri kúpe nehnuteľnosti za výrazne nižšiu cenu, ako je cena trhovú, pričom predávajúcim je rodič a kupujúcim je dieťa, ktoré sa o rodiča v starobe stará, nepôjde o neplatný právny úkon),

Splatnosť kúpnej ceny môže byť dohodnutá tak, že nastáva:

- súčasne s odovzdaním a prevzatím predmetu kúpy (tzv. kúpa z ruky do ruky),
- neskôr, než dôjde k odovzdaniu a prevzatiu predmetu kúpy (tzv. kúpa na úver) alebo
- pred odovzdaním predmetu kúpy (tzv. pronumeračná kúpa).

Ak splatnosť kúpnej ceny nie je dohodnutá, kupujúci je povinný zaplatiť kúpnu cenu prvého dňa po tom, čo ho o zaplatenie predávajúci požiadal (§ 563 OZ).

Dohodou sa spravuje aj **spôsob zaplatenia kúpnej ceny** (v hotovosti alebo bezhotovostným prevodom). Ak sa platí kúpna cena prostredníctvom peňažného ústavu alebo prostredníctvom pošty, je dlh splatený pripísaním kúpnej ceny na účet veriteľa v peňažnom ústave alebo vyplatením kúpnej ceny veriteľovi v hotovosti, ak osobitný zákon neustanovuje inak alebo ak sa predávajúci s kupujúcim nedohodli inak (§ 567 OZ). Kúpnu cenu možno zaplatiť jednorázovo alebo v splátkach, t.j. tak, že dohodnuté čiastky sú postupne platené podľa dohodnutých podmienok.

Ad d): Vlastnícke právo k huteľnej veci nadobúda kupujúci spravidla jej odovzdaním a prevzatím, ak nebolo stranami dohodnuté inak. Vlastnícke právo k huteľnej veci môže byť

prevedené na kupujúceho v momente uzavretia kúpnej zmluvy alebo neskôr po úplnom zaplatení kúpnej ceny. Vlastnícke právo k nehnuteľnosti nadobúda kupujúci až vkladom do katastra nehnuteľnosti.

Kúpna zmluva vzniká v okamihu, keď sa zmluvné strany dohodli na jej podstatných náležitostiach, t.j. na predmete kúpy a na kúpnej cene. Na vznik kúpnej zmluvy je teda potrebný zhodný prejav vôle (konsenzus) zmluvných strán, t.j. akceptácia návrhu na uzavretie zmluvy, ktorý obsahuje podstatné náležitosti zmluvy. Vznik zmluvy podlieha všeobecnej právnej úprave v ustanoveniach § 43 a nasl. OZ.

Kúpna zmluva je zásadne **zmluvou neformálnou**, možno ju uzavrieť písomne, ústne i konkludentne. **Písomná forma** sa vyžaduje len pre zmluvy o prevode nehnuteľností, ako aj pre iné zmluvy, pre ktoré to stanovuje zákon alebo dohoda účastníkov (§ 46 OZ). Nedostatok písomnej formy kúpnej zmluvy, ktorá sa týka nehnuteľnosti, má za následok jej absolútnu neplatnosť. Pre kúpnu zmluvu, ktorej predmetom je hnutel'ná vec, zákon žiadnu osobitnú formu nepredpisuje. Avšak podľa dohody písomná forma môže byť podmienkou platnosti zmluvy. Pri nedodržaní dohodnutej písomnej formy je kúpna zmluva relatívne neplatná, čo znamená, že pokiaľ sa zmluvou dotknutý účastník jej neplatnosti nedovolá, považuje sa za platnú.

Práva a povinnosti zmluvných strán. Kúpnu zmluvou sa zakladá dvojstranný záväzkový právny vzťah, v ktorom obidve strany majú vzájomné a vzájomne podmienené práva a povinnosti. Okrem iných ide o nasledujúce práva a povinnosti.

Predávajúci je povinný riadne a včas splniť predmet kúpy, t.j. má povinnosť odovzdať predmet kúpy kupujúcemu v dohodnutom čase. Ak nie je čas splnenia dohodnutý, predávajúci je povinný odovzdať predmet kúpy bez zbytočného odkladu, ak nie je obvyklé odovzдание v inom čase (napr. pri predaji na objednávku).³⁴⁵ **Predávajúci je oprávnený** odovzдание predmetu kúpy odoprieť, ak kupujúci nezaplatí cenu včas (§ 591 OZ druhá veta).

Pokiaľ ide o náklady spojené s odovzdaním predmetu kúpnej zmluvy, najmä náklady na meranie, váženie, balenie, ak nie je dohodnuté inak, znáša tieto náklady predávajúci (§ 593 prvá veta OZ). Ak má predávajúci predmet kúpy odoslať na miesto splnenia alebo určenia, platí, že vec bola odovzdaná v čase, keď bola odovzdaná na prepravu, pokiaľ nebolo dohodnuté inak (§ 594 OZ).

Kupujúci je povinný predmet kúpnej zmluvy riadne a včas prevziať. Ak nie je dohodnuté inak, znáša náklady spojené s prevzatím predmetu kúpy, napríklad s prípravou a zabezpečením miesta, na ktorom bude predmet kúpy umiestnený a náklady za odoslanie

³⁴⁵LAZAR, J. a kol.: *Základy občianskeho hmotného práva. 2. zväzok*. Bratislava: IURA EDITION, 2000, s. 94.

predmetu kúpy, ak sa má predmet kúpy odoslať na miesto, ktoré nie je miestom plnenia.

Ak kupujúci neprevezme predmet kúpy a dostane sa tak do omeškania, má predávajúci možnosť splniť si svoj záväzok aj plnením voči tretej osobe, t.j. buď uloží predmet kúpy vo verejnom sklade prípadne u iného uschovávateľa, všetko na náklady kupujúceho. Predávajúci môže dokonca predmet kúpy predať, najskôr však musí kupujúceho na zamýšľaný predaj upozorniť. Predaj sa uskutoční na účet kupujúceho. Upozornenie nie je potrebné v prípade, ak sú predmetom kúpy veci podliehajúce rýchlej skaze (najmä potraviny) a na upozornenie nie je dostatok času.³⁴⁶

Kupujúci je povinný zaplatiť predávajúcemu dohodnutú kúpnu cenu. Ak sa však predmet kúpy odosiela na miesto plnenia alebo určenia, **kupujúci nie je povinný** zaplatiť kúpnu cenu, kým nemá možnosť prezrieť si predmet kúpy (§ 591 OZ posledná veta).

Pre **nadobudnutie vlastníckeho práva** spravidla nestačí len uzavretie kúpnej zmluvy, popri zmluve musia nastúpiť ďalšie právne skutočnosti predpokladané zákonom. Ak sa prevádza vlastnícke právo k hnutelným veciam, kupujúci sa stane vlastníkom veci odovzdaním, resp. prevzatím (§ 133 ods. 1 OZ). Pod prevzatím veci sa rozumie nielen „fyzické“ prevzatie, ale aj prevzatie symbolické, z ktorého vyplýva zhodná vôľa strán odovzdať, resp. prevziať predmet kúpy, napríklad odovzdanie dokladov potrebných na užívanie veci, kľúčov od motorového vozidla a pod.

Všeobecné pravidlo o nadobudnutí vlastníckeho práva k hnutelným veciam sa neuplatní, ak sa zmluvné strany dohodnú inak, napríklad si dojednávajú tzv. **výhradu vlastníctva** (§ 601 OZ) alebo ak tak ustanoví osobitný právny predpis. Odovzdanie sa nevyžaduje ani v prípade, ak kupujúci užíval predmet kúpy už pred uzavretím kúpnej zmluvy, napríklad na základe nájomnej zmluvy. Možnosť dohodnúť si okamih nadobudnutia vlastníctva odlišne od zákona platí v plnom rozsahu, ak je predmetom kúpy individuálne určená vec. Pokiaľ je predmetom kúpy vec určená podľa druhu, z povahy veci vyplýva, že kupujúci k nej môže nadobudnúť vlastníctvo až po tom, ako bude individualizovaná.³⁴⁷

Osobitné ustanovenia o prevode vlastníctva k hnutelným veciam na základe zmluvy platia pri samoobslužnom predaji (pozri ďalej).

Ak nie je dohodnuté inak, nadobudnutím vlastníctva prechádza na kupujúceho **nebezpečenstvo náhodnej skazy (napr. zničenia, straty, odcudzenia) a náhodného**

³⁴⁶Tamže, s. 178.

³⁴⁷DULAKOVÁ JAKÚBEKOVÁ, D., DULAK, A., JURČOVÁ, M.: *Zmluvy o prevode vlastníctva. Kúpna a zámenná zmluva, spotrebiteľská kúpna zmluva, darovacia zmluva. S komentárom. 2. vydanie.* Bratislava: C. H. Beck, 2013, s. 159.

zhoršenia (napr. poškodenia) **predmetu kúpy**, včítane úžitkov (§ 590 OZ prvá veta). Občiansky zákonník vychádza z toho, že plody, úžitky a prírastky veci patria vlastníkovi veci, a to vtedy, ak sú oddelené od hlavnej veci. Z toho dôvodu sa riziko náhodnej skazy a zhoršenia veci týka aj ich. Kupujúci, ktorý sa stane vlastníkom veci, má teda v rámci výkonu vlastníckych oprávnení aj právo vec držať, ktoré mu zabezpečuje možnosť dohliadnuť na jej stav, na podmienky, v akých sa vec nachádza, ako aj zabrániť prípadnej hrozbe škody alebo škodu odvrátiť.³⁴⁸ Ak kupujúci nadobudne vlastnícke právo pred odovzdaním veci (napr. účastníci kúpnej zmluvy sa dohodli, že vlastnícke právo k hnuiteľnej veci prechádza na kupujúceho už uzavretím zmluvy), má predávajúci až do odovzdania veci práva a povinnosti uschovávateľa podľa ustanovení §§ 747 až 753 OZ. Predávajúci teda prestáva byť vlastníkom veci, ale naďalej má vec u seba ako detentor (teda osoba, ktorá má nad vecou faktickú moc, ale nenakladá s ňou ako s vlastnou, pretože vlastnícky patrí niekomu inému) s právnym postavením uschovávateľa so všetkými z toho vyplývajúcimi dôsledkami.³⁴⁹ Okrem iného to znamená, že predávajúci je povinný vydať kupujúcemu spolu s predmetom kúpy aj to, čo k nemu od nadobudnutia vlastníctva kupujúcim pribudlo, napr. vajcia sliepky (pozri § 749 ods. 1 OZ).

Prevod vlastníctva k hnuiteľnej veci, môžu zmluvné strany odložiť aj na čas po odovzdaní a prevzatí veci. OZ im umožňuje (§ 601), aby dojednali výhradu vlastníctva pre predávajúceho do zaplatenia kúpnej ceny. V takom prípade, ak zo zmluvy nevyplýva niečo iné, prechádza na kupujúceho nebezpečenstvo náhodnej skazy a náhodného zhoršenia veci už jej odovzdaním, bez ohľadu na vlastníctvo k nej. Výhradu vlastníctva možno dojednať len pri kúpnej zmluve o prevode hnuiteľných vecí.³⁵⁰

Pri prevode nehnuteľností nadobudne kupujúci vlastnícke právo k predmetu kúpy až vkladom do katastra nehnuteľností (§ 133 ods. 2 OZ).

Predpokladom prevodu vlastníckeho práva pri kúpnej zmluve upravenej v Občianskom zákonníku je, aby bol predávajúci vlastníkom veci. Uplatňuje sa tým zásada „nikto nemôže previesť viac práv ako sám má“ alebo zásada „nikto nedá, čo sám nemá“. Za určitých podmienok však výnimočne môže kupujúci nadobudnúť vlastnícke právo k veci aj od nevlastníka. Tak je tomu napríklad pri kúpe veci od nepravého dediča, pokiaľ kupujúci bol dobromyseľný (486 OZ).³⁵¹ Nepravým dedičom je osoba, ktorá podľa rozhodnutia súdu o dedičstve nadobudla majetok poručiteľa (zomretej fyzickej osoby), hoci ho podľa dedičského

348Tamže, s. 176.

349LAZAR, J. a kol. *Základy občianskeho hmotného práva. 2. zväzok*. Bratislava: IURA EDITION, 2000, s. 95.

350SVOBODA, J. a kol. *Občiansky zákonník*. Bratislava: EUROUNION, 1994, s. 426.

351Tamže.

práva nadobudnúť mal oprávnený dedič. Za oprávneného dediča je považovaný ten, kto mal mať v dedičskom konaní postavenie dediča, napr. syn poručiteľa, avšak napríklad preto, že bol jeho pobyt neznámy, došlo k prejednaniu dedičstva bez neho a nadobudnutie dedičstva (majetku poručiteľa) bolo potvrdené inému (nepravému dedičovi). Kupujúci je dobromyseľný vtedy, ak nevedel a ani nemohol vedieť, že dedičstvo bolo potvrdené niekomu, komu potvrdené byť nemalo. Právo na legalizáciu vlastníckeho práva má v tomto prípade len dobromyseľný kupujúci.

Vadami sa rozumie všetko, čo znižuje možnosť použitia a upotrebenia veci alebo čo ju znehodnocuje. Pojem vady zahŕňa faktické i právne vady bez ohľadu na to, či sú zjavné alebo skryté.³⁵² Predávajúci je povinný upozorniť kupujúceho pri dojednávaní kúpnej zmluvy na vady, o ktorých vie (§ 596 OZ). Splnenie tejto povinnosti je predovšetkým v záujme predávajúceho, pretože ak splní túto povinnosť, nezodpovedá za vady, na ktoré upozornil.

Ak dodatočne vyjde najavo vada, na ktorú predávajúci kupujúceho neupozornil (aj keď o nej nevedel) a ide o vadu, ktorú mala vec už pri prevzatí, má kupujúci právo na primeranú zľavu z dojednanej ceny zodpovedajúcu povahe a rozsahu ceny. Ak ide o vadu, ktorá vec robí neupotrebitel'nou, má tiež právo od zmluvy odstúpiť. Vada, ktorá vyšla najavo dodatočne, je vada, ktorú mala vec už v čase prevzatia veci, nejde o vadu podľa § 596 OZ, na ktorú predávajúci upozornil. Kupujúci má právo odstúpiť od zmluvy aj vtedy, ak ho predávajúci ubezpečil, že vec má určité vlastnosti, najmä vlastnosti vymienené kupujúcim, alebo že nemá žiadne vady, a toto ubezpečenie sa ukáže nepravdivým. V týchto prípadoch sa kupujúci môže sám rozhodnúť, či od zmluvy odstúpi alebo bude požadovať primeranú zľavu z dojednanej ceny.

Vady veci musí kupujúci uplatniť u predávajúceho bez zbytočného odkladu. Práva zo zodpovednosti za vady sa môže kupujúci domáhať na súde, len ak vady vytkol v záručnej dobe, ktorá trvá minimálne 24 mesiacov (v prípade potravín do uplynutia doby spotreby, prípadne minimálnej trvanlivosti a v prípade použitých vecí aj v kratšej dohodnutej dobe, nie však kratšej ako 12 mesiacov) od prevzatia veci. Lehota na uplatnenie vád je prekluzívnou lehotou, a preto pokiaľ kupujúci v tejto lehote vady nevytkol, jeho právo zo zodpovednosti za vady zanikne. Ak však kupujúci v stanovenej lehote vady vytkol, môže uplatniť právo zo zodpovednosti za vady na súde v trojročnej premlčacej dobe, ktorá začína plynúť odo dňa, keď kupujúci vytkol predávajúcemu vady. Kupujúci má okrem toho právo aj na uplatnenie nevyhnutných nákladov,

352DULAKOVÁ JAKÚBEKOVÁ, D., DULAK, A., JURČOVÁ, M.: *Zmluvy o prevode vlastníctva. Kúpna a zámenná zmluva, spotrebiteľská kúpna zmluva, darovacia zmluva. S komentárom. 2. vydanie.* Bratislava: C. H. Beck, 2013, s. 182.

ktoré mu vznikli v súvislosti s uplatnením práv zo zodpovednosti za vady, avšak iba vtedy, ak uplatnenie tohto práva oznámi predávajúcemu v lehote 24 mesiacov od prevzatia veci.

Ak porušením povinností z kúpnej zmluvy bola druhému účastníkovi spôsobená škoda, vzniká zodpovednosť za škodu podľa všeobecných ustanovení o náhrade škody. To platí aj vtedy, ak bola uplatnená zodpovednosť za vady. Uplatnením zodpovednosti za vady nie je totiž dotknuté právo na náhradu škody. Môže ísť napríklad o škodu na zdraví, napríklad poranenie ruky vadným elektrickým nožom.

Kúpna zmluva zaniká najmä splnením. K zániku zmluvy môže dôjsť aj inak, napríklad odstúpením od zmluvy z dôvodu omeškania dlžníka so zaplatením kúpnej ceny (§ 517 ods. 1 OZ), dodatočnou nemožnosťou plnenia (§ 575 OZ) a pod.

Občiansky zákonník rozlišuje tieto **vedľajšie dojednania pri kúpnej zmluve**:

- a) výhrada vlastníctva,
- b) predkupné právo,
- c) právo spätnej kúpy a
- d) iné vedľajšie dojednania.

Ad a) Ide o dohodu medzi predávajúcim a kupujúcim, podľa ktorej vlastnícke právo k hnutelnej veci prechádza na kupujúceho až po zaplatení kúpnej ceny, a to bez ohľadu na to, kedy došlo k odovzdaniu a prevzatiu veci. Pokiaľ nebolo v zmluve dohodnuté niečo iné, prechádza nebezpečenstvo náhodnej skazy a náhodného zhoršenia na kupujúceho odovzdaním veci. Pre platnosť dohody o **výhrade vlastníctva** sa vyžaduje písomná forma. Výhradu vlastníctva nemožno dohodnúť pri kúpe nehnuteľností.

Ad b) **Predkupné právo** patrí tomu, kto predá vec s výhradou, že mu ju kupujúci ponúkne na predaj, keby ju chcel predáť. Možno ho dojednať nielen v súvislosti s kúpou, ale aj pre prípad iného scudzenia. Z podstaty predkupného práva vyplýva, že sa realizuje iba za predpokladu, keď sa kupujúci sám rozhodne v budúcnosti vec predáť alebo inak scudziť; len vtedy musí bývalému vlastníčkovi (predávajúcemu) ponúknuť vec na kúpu ako prvému.

Predkupné právo možno dohodnúť buď priamo v kúpnej zmluve alebo samostatnou zmluvou. Môže mať charakter záväzkový alebo vecnoprávny. Záväzkový charakter má predkupné právo vtedy, ak pôsobí len voči osobe, s ktorou sa dohodlo, teda len voči kupujúcemu. Jeho smrťou povinnosť z predkupného práva zaniká. Porušenie povinnosti kupujúcim má za následok zodpovednosť za škodu podľa § 420 OZ. Ak kupujúci ponúkne vec predávajúcemu a predávajúci svoje oprávnenie nevyužije, predkupné právo zanikne.

Predkupné právo s vecnoprávnym charakterom sa môže vzťahovať len na nehnuteľnosti, nadobúda sa vkladom do katastra nehnuteľností a pôsobí aj voči právnym

nástupcom kupujúceho. Pre zmluvu o zriadení predkupného práva nehnuteľnej veci sa vyžaduje písomná forma.

Právny vzťah vznikajúci z predkupného práva obsahuje povinnosť kupujúceho ponúknuť vec na kúpu oprávnenej osobe. Ponuka musí obsahovať všetky podmienky, za ktorých sa má kúpa realizovať. Musí mať písomnú formu, len ak ide o nehnuteľnosť. Z podmienok, ktoré musí ponuka obsahovať, majú základný význam určenie ceny kupovanej veci a doba, dokedy sa má predaj uskutočniť. Ak oprávnený nemôže vec kúpiť alebo ak nemôže splniť podmienky ponúkané popri cene a ak ich nemožno vyrovnať ani odhadnou cenou, predkupné právo zanikne. Rovnako ak nie je dohodnutá doba, v ktorej sa má predaj uskutočniť, zákon ustanovuje, že oprávnená osoba je povinná vyplatiť hnutelnú vec do ôsmich dní a nehnuteľnosť do dvoch mesiacov po ponuke. Ak oprávnená osoba v určenej lehote za vec nezaplatí kúpnu cenu, predkupné právo zanikne.

Ad c) **Právo spätnej kúpy** vzniká na základe zmluvy medzi predávajúcim a kupujúcim, ktorou si predávajúci vyhradzuje právo žiadať vrátenie hnutelnej veci do určitej doby po kúpe, ak vráti kupujúcemu ním zaplatenú cenu. Zákon ustanovuje povinnosť uzavrieť zmluvu o práve spätnej kúpy v písomnej forme. Z tejto zmluvy vznikne tomu, kto predal vec, právo žiadať jej vrátenie v dohodnutej dobe, a ak doba vrátenia nie je dohodnutá, najneskôr do jedného roka od odovzdania veci kupujúcemu, inak právo spätnej kúpy zaniká. Pre uplatnenie práva spätnej kúpy sa vyžaduje písomná forma. Ak predávajúci uplatní právo spätnej kúpy požadovanou formou a včas, kupujúci je povinný vec mu vrátiť bez zbytočného odkladu. Ak sa právo spätnej kúpy týka jednotlivo určenej veci, kupujúci musí vrátiť tú istú vec. Pri druhovo určenej veci, kupujúci musí vrátiť vec toho istého druhu. Pri realizácii práva spätnej kúpy má každá zo zmluvných strán rovnaké práva a povinnosti, ktoré mala druhá strana z pôvodnej kúpnej zmluvy. Ak sa stav veci zhorší a v dôsledku toho má vec v čase vrátenia nižšiu hodnotu než pri pôvodnom predaji, predávajúci je povinný popri vrátení veci poskytnúť aj náhradu škody. Ak kupujúci vec zhodnotil, predávajúcemu vzniká povinnosť uhradiť mu to, o čo sa zvýšila jej hodnota, pretože inak by sa bezdôvodne obohatil.

Právo spätnej kúpy, rovnako ako predkupné právo, zabezpečuje predávajúcemu právo, aby za určitých podmienok predanú vec mohol získať späť. Od predkupného práva sa právo spätnej kúpy líši tým, že predávajúci má možnosť sa v stanovenej lehote pre spätné získanie veci sám rozhodnúť, pričom pri predkupnom práve má predávajúci možnosť získať vec len vtedy, keď ju kupujúci chce ďalej scudziť (t. j. previesť vlastnícke právo na inú osobu predajom, darovaním a pod.).

Ad d) Účastníci kúpnej zmluvy si môžu dohodnúť aj rôzne **iné vedľajšie dojednania**,

ktoré majú povahu výhrad a podmienok, spôsobujúcich zánik právneho vzťahu založeného kúpnu zmluvou. Najčastejšie pôjde o výhradu spätného predaja, výhradu lepšieho kupca alebo kúpu na skúšku. Na základe **výhrady spätného predaja** je predávajúci zaviazaný predanú vec na požiadanie kupujúceho ihneď alebo v stanovenej dobe za stanovenú cenu kúpiť naspäť. Na základe **výhrady lepšieho kupca** si predávajúci vyhradzuje právo odstúpiť do určitej doby od zmluvy v prípade, že tretia osoba ponúkne lepšie podmienky ako pôvodný kupujúci. V prípade **kúpy na skúšku** ide o uzavretie kúpnej zmluvy s podmienkou, že kupujúci do uplynutia určitej doby (skúšobnej doby) tovar schváli. Zmluvy o týchto vedľajších dojednaniach musia mať písomnú formu. Práva z nich môže predávajúci uplatniť do jedného roka od uzavretia zmluvy, ak sa účastníci nedohodli inak. Uplynutím dohodnutej alebo stanovenej lehoty výhrady a podmienky zanikajú.

Predaj tovaru v obchode z hľadiska občianskoprávnej úpravy predstavuje osobitný druh kúpnej zmluvy, tzv. spotrebiteľskú kúpnu zmluvu, na ktorú sa okrem všeobecných ustanovení o kúpnej zmluve (§ 588 až 600 OZ) vzťahujú aj osobitné ustanovenia upravené v § 613 až 627 OZ. Na spotrebiteľskú kúpnu zmluvu platia podporne aj ustanovenia § 52 až 54 OZ upravujúce spotrebiteľské zmluvy vo všeobecnosti a v prípade zodpovednosti za vady aj ustanovenia § 499 až 510 OZ. Povinnosti predávajúceho a kupujúceho zo spotrebiteľskej kúpnej zmluvy ďalej upravujú ustanovenia ZOS, ako aj ďalšie normy zamerané na ochranu spotrebiteľa vo vzťahoch z kúpy tovaru.³⁵³ Ustanovenia § 612 OZ naznačujú, že na spotrebiteľskú kúpnu zmluvu sa nevzťahujú ustanovenia § 601 až 610 OZ (vedľajšie dojednania pri kúpnej zmluve). Takýto záver však môže platiť iba vo všeobecnosti. Napriek tejto právnej úprave, vzhľadom na ustanovenie čl. 2 ods. 3 Ústavy podľa ktorého „Každý môže konať, čo nie je zákonom zakázané a nikoho nemožno nútiť, aby konal niečo, čo zákon neukladá“ aj v spotrebiteľskej kúpnej zmluve je zmluvne možno dohodnúť aj vedľajšie dojednania, čoho dôsledkom bude aj aplikácia týchto ustanovení v spotrebiteľskej kúpnej zmluve.³⁵⁴

O spotrebiteľskú kúpnu zmluvu ide vtedy, ak na strane predávajúceho vystupuje dodávateľ a na strane kupujúceho spotrebiteľ v zmysle ustanovení § 52 ods. 3 a 4 OZ. Podrobne sme tento pojem vysvetlili v podkapitole 12.1.1. Spotrebiteľské kúpne zmluvy vznikajú väčšinou konkludentne, na ich vznik sa nevyžaduje písomná forma. To neplatí, ak je predmetom spotrebiteľskej zmluvy nehnuteľnosť.

Osobitné ustanovenia o predaji tovaru v obchode (§ 613 až 627 OZ) sú zamerané najmä

³⁵³Tamtiež, s. 291.

³⁵⁴KRAJČO, J. *Spotrebiteľská zmluva v aplikačnej praxi v SR a EU. Komentár*. Bratislava: EUROUNION, 2011, s. 242.

na ochranu kupujúceho (spotrebiteľ'a) a dotýkajú sa niektorých druhov predaja a ich následkov, pravidiel akosti a množstva a zodpovednosti za vady predanej veci.

Z jednotlivých druhov predaja je výslovne regulovaný **predaj na objednávku** (§ 613 OZ). Ide o osobitný spôsob predaja v obchode, keď sa tovar predáva podľa vzorky, katalógu alebo prospektu. S predajom na objednávku súvisia aj ďalšie v praxi využívané spôsoby predaja ako je predaj veci na dobierku, zásielkový predaj, internetový predaj alebo sieť teleshopping.³⁵⁵ Aj pri tomto spôsobe predaja kúpna zmluva vznikne hneď, ako sa účastníci dohodnú na jej podstatných náležitostiach, t.j. predmete kúpy a kúpnej cene. Z predaja na objednávku vzniká predávajúcemu, okrem ďalších povinností vyplývajúcich z každého predaja, povinnosť obstarat' objednaný tovar v dohodnutej lehote, a ak nie je lehota dohodnutá, v lehote primeranej okolnostiam. Tejto povinnosti predávajúceho zodpovedá osobitné právo kupujúceho odstúpiť od zmluvy, ak predávajúci včas nesplní svoju povinnosť obstarat' vec. Kupujúci nie je povinný prevziať tovar, ktorý dodávateľ dodal v omeškaní. Odstúpením od zmluvy nie je dotknuté právo kupujúceho na náhradu škody.

Miestom odovzdania predanej veci je spravidla obchod (predajňa). Dohodou sa však môže určiť, alebo z povahy veci vyplývať, povinnosť predávajúceho dodať vec na miesto určené kupujúcim. Povinnosti predávajúceho zodpovedá povinnosť kupujúceho vec prevziať na ním určenom mieste. Vlastníctvo k veci na kupujúceho prechádza jej prevzatím. Až do prevzatia veci nebezpečenstvo straty, poškodenia alebo zničenia znáša predávajúci. Ochrana kupujúceho je teda zvýšená. Ak kupujúci vec včas neprevezme, dostane sa do omeškania a je povinný nahradiť predávajúcemu náklady spojené s dodaním veci. Predávajúci je tiež oprávnený požadovať od kupujúceho poplatok za uskladnenie, výška ktorého môže byť dohodnutá alebo stanovená právnym predpisom. Dôsledkom omeškania kupujúceho je aj prechod nebezpečenstva náhodnej skazy veci na neho.³⁵⁶ Okrem toho je predávajúci oprávnený žiadať od kupujúceho náhradu škody spôsobenej mu omeškaním za predpokladu, že možno kupujúcemu pripočítať zavinenie (§ 522 OZ).

Ak sa účastníci nedohodli inak, predávajúci je povinný dodať vec bezodkladne, najneskôr do 30 dní odo dňa uzavretia zmluvy. Ak predávajúci nesplní svoj záväzok dodať vec v dohodnutej alebo zákonom ustanovenej lehote a nedodá vec ani v dodatočnej primeranej lehote poskytnutej mu kupujúcim, má kupujúci právo od zmluvy odstúpiť (§ 614 ods. 2 OZ).

355DULAKOVÁ JAKÚBEKOVÁ, D., DULAK, A., JURČOVÁ, M. *Zmluvy o prevode vlastníctva. Kúpna a zámenná zmluva, spotrebiteľská kúpna zmluva, darovacia zmluva. S komentárom. 2. vydanie.* Bratislava: C. H. Beck, 2013, s. 272.

356SVOBODA, J. a kol. : *Občiansky zákonník.* Bratislava: EUROUNION, 1994, s. 441.

Ak je vzhľadom na všetky okolnosti zrejmé alebo ak pred uzavretím zmluvy kupujúci predávajúceho výslovne informoval o tom, že dodanie tovaru v určenej lehote alebo v určený deň je pre kupujúceho osobitne dôležité a predávajúci tovar v tejto lehote nedodal, predávajúci má právo od zmluvy odstúpiť aj bez poskytnutia dodatočnej primeranej lehoty na dodanie veci (§ 614 ods. 3 OZ). Odstúpením od zmluvy sa zmluva od samého začiatku zrušuje (§ 48 ods. 2 OZ). Predávajúci je povinný bezodkladne vrátiť kupujúcemu všetky plnenia prijaté na základe zmluvy (§ 614 ods. 4 OZ).

Zásielkový predaj je založený na tom, že kupujúci si obvykle vyberá tovar z katalógu, resp. iného ponukového materiálu. Predávajúci následne zašle vybraný tovar na miesto určené kupujúcim, kde dochádza k prevzatiu veci a zaplateniu kúpnej ceny.³⁵⁷ Pri predaji v obchode sa uplatňuje pravidlo, podľa ktorého vlastnícke právo kúpenej veci prechádza na kupujúceho v okamihu prevzatia veci. To platí aj pri zásielkovom predaji s tým, že vlastníctvo prechádza na kupujúceho prevzatím tovaru na mieste dodania, ktoré určil kupujúci pri uzavretí zmluvy. Týmto okamihom prechádza na kupujúceho aj nebezpečenstvo škody na veci. Z toho vyplýva, že riziko poškodenia veci do tohto okamihu znáša predávajúci. Pre kupujúceho je tak irelevantné, či škoda vznikla počas prepravy zavinením predávajúceho alebo inej osoby, ktorú predávajúci použil na prepravu veci do miesta určenia.

Samoobslužný predaj je založený na tom, že si kupujúci sám, zvyčajne bez súčinnosti predávajúceho, vyberá z ponuky tovaru, vystaveného v predajni na predaj každému, kto má o kúpu záujem. Kupujúci sám individualizuje predmet kúpy, avšak samotný výber tovaru nie je dostatočným dôvodom pre vznik kúpnej zmluvy. Kúpna zmluva vzniká až zaplatením kúpnej ceny.³⁵⁸ Vlastníctvo prechádza na kupujúceho okamihom zaplatenia za tovar. Do tohto okamihu môže kupujúci vybraný tovar vrátiť na pôvodné miesto, pretože až do zaplatenia za tovar jeho vlastníkom zostáva predávajúci. Ak si ale kupujúci už tovar vybral, až do zaplatenia zodpovedá za škodu, ktorú svojim zavinením spôsobí, podľa všeobecných ustanovení Občianskeho zákonníka o zodpovednosti za škodu. Kupujúci sa môže zbaviť povinnosti nahradiť škodu, ak preukáže, že škodu nezavinil (§ 420 OZ).

Ak dodaný tovar nemá vlastnosti, o ktoré prejavil spotrebiteľ záujem a ktoré sa zhodujú s popisom poskytnutým dodávateľom, náklady na jeho vrátenie a dodanie tovaru, ktorý zodpovedá zmluve, ako aj všetky kupujúcim účelne vynaložené náklady v súvislosti s tým znáša

357DULAKOVÁ JAKÚBEKOVÁ, D., DULAK, A., JURČOVÁ, M.: *Zmluvy o prevode vlastníctva. Kúpna a zámenná zmluva, spotrebiteľská kúpna zmluva, darovacia zmluva. S komentárom. 2. vydanie.* Bratislava: C. H. Beck, 2013, s. 302.

³⁵⁸Tamže.

predávajúci (§ 614a OZ).

S predajom tovaru v obchode je spojené aj poskytovanie určitých ďalších plnení, napríklad balenie tovaru. Právne predpisy v určitých prípadoch prikazujú predávajúcemu poskytnúť ďalšie plnenia. Napr. ZOS ukladá predávajúcemu povinnosť predávať výrobok v hygienicky nezávadných obaloch alebo ho do takých obalov pri predaji baliť, ak to vyžaduje povaha výrobku. Pri samoobslužnom predaji je povinný poskytnúť spotrebiteľovi obalový materiál. Náklady na obalový materiál a zabalenie výrobku uhrádza predávajúci. Zákon č. 152/1995 Z.z. o potravinách v znení neskorších predpisov ukladá osobitné povinnosti každému, kto predáva potraviny. K povinnostiam predávajúceho napríklad patrí, okrem iného, nebalené potraviny, ak to ich povaha vyžaduje, zabaliť do funkčne vhodného a zdravotne neškodného obalového materiálu a pri manipulácii s nimi používať čisté pomôcky a náradie (§ 12 cit. zákona). V zmysle § 615 OZ plnenia, ktoré sa s predajom veci obvykle neposkytujú, treba osobitne dohodnúť. Ide o situácie, kedy kupujúci požaduje osobitnú úpravu balenia (darčekové balenie), dopravu kúpeného tovaru do miesta bydliska a pod.

Predávaná vec musí mať požadovanú, prípadne právnymi predpismi ustanovenú akosť, množstvo, mieru alebo hmotnosť a musí byť bez väd, najmä musí zodpovedať záväzným technickým normám. Pri potravinách musí byť vyznačený dátum spotreby, alebo dátum minimálnej trvanlivosti. Ak to povaha veci pripúšťa, má kupujúci právo, aby sa vec pred ním prekontrolovala alebo aby sa mu jej činnosť predviedla (§ 616 OZ). Povinnosť dodať tovar v určitej akosti (kvalite) vyplýva aj z ďalších predpisov. ZOS ukladá predávajúcemu povinnosť predávať výrobky a poskytovať služby v bežnej kvalite; ak kvalita nie je predpísaná, môže predávajúci predávať výrobky v nižšej ako bežnej kvalite, len ak spotrebiteľ a upozorní na všetky rozdiely (v § 4 ods. 1 písm. b)). Predávajúci je tiež povinný predávať výrobky v správnej hmotnosti, miere alebo v správnom množstve a umožniť spotrebiteľovi prekontrolovať si správnosť týchto údajov (§ 4 ods. 1 písm. a) ZOS). Rovnako ZOS ukladá predávajúcemu povinnosť predviesť výrobok spotrebiteľovi, ak to povaha výrobku umožňuje (§ 4 ods. 1 písm. g)).

Ak treba, aby sa pri užívaní veci zachovali osobitné pravidlá, najmä ak sa užívanie riadi návodom alebo je upravené technickou normou, je predávajúci povinný kupujúceho s nimi oboznámiť, ibaže ide o pravidlá všeobecne známe. Ak predávajúci nesplní túto povinnosť, je povinný nahradiť kupujúceho škodu, ktorá z tohto vznikla (§ 617 OZ). Občiansky zákonník neupresňuje, čo má byť obsahom inštruktaže kupujúceho predávajúcim. Podrobnejšiu úpravu

možno nájsť v § 11 ZOS.³⁵⁹ Napríklad predávajúci je povinný informovať kupujúceho, že semišové topánky je potrebné impregnovat' pred použitím v daždivom počasí, aby sa nezničili.

Veci, ktoré majú vady, ktoré nebránia, aby sa mohla vec užívať na určený účel, musia sa predávať len za nižšie ceny, než je obvyklá cena veci bez väd; kupujúceho treba upozorniť, že vec má vadu a o akú vadu ide, ak to nie je zrejmé už z povahy predaja (§ 618 OZ). Predmetom predaja v obchode môžu byť okrem vecí bez väd aj veci, ktoré majú vady. Pri predaji vadnej veci nestačí znížiť jej cenu, ale kupujúceho treba upozorniť aj na to, že vec má vadu a o akú vadu ide. Napríklad chladnička sa predáva so zľavou, pretože je poškriabaná.

Zodpovednosť za vady veci predanej v obchode upravujú predovšetkým ustanovenia § 619 až 627 OZ. Len ak nie je niektorá otázka osobitne týmito ustanoveniami upravená, možno použiť všeobecné ustanovenia o zodpovednosti za vady veci pri kúpnej zmluve (§ 596 a nasl. OZ), prípadne o zodpovednosti za vady v záväzkovoprávných vzťahoch (§ 499 a nasl. OZ).

OZ upravuje zodpovednosť za vady, ktoré má predaná vec v čase prevzatia kupujúcim (§ 619 ods. 1) a tiež zodpovednosť za vady, ktoré sa vyskytnú po prevzatí veci v záručnej dobe (§ 619 ods. 2). Zodpovednosť je daná zákonom, preto sa v prvom prípade hovorí o **zákonnej (mimozáručnej) zodpovednosti za vady** (napr. pri prehliadke žehličky, ktorú si chce kupujúci kúpiť v obchode sa zistí, že žehlička má poškodený napájací kábel. V tomto prípade platí, že predávajúci zodpovedá za každú vadu, ktorú má nová predávaná vec v okamihu prevzatia, preto vadnú žehličku vymení za žehličku bez väd). V druhom prípade sa hovorí o **zákonnej (záručnej) zodpovednosti za vady**. Na základe záručnej zodpovednosti predávajúci zodpovedá aj za vady, ktoré sa na predanej veci vyskytnú po prevzatí v záručnej dobe, napr. po dvoch mesiacoch od kúpy, pračka prestane ohrievať vodu. Kupujúci je oprávnený vadu pračky reklamovať a uplatniť svoje práva zo zodpovednosti za vady. Prípady zákonnej zodpovednosti sa odlišujú od situácie, kedy sa zodpovednosť za vady odvodzuje od zmluvy alebo od vyhlásenia predávajúceho v záručnom liste (§ 502 OZ a § 620 ods. 5 OZ). Zákonnú zodpovednosť predávajúceho za vady nemožno vylúčiť ani obmedziť. Dohodou účastníkov alebo jednostranným právnym úkonom predávajúceho ju možno iba rozšíriť.³⁶⁰ Rozsah a

³⁵⁹Podľa § 11 ods. 1 ZOS: „Predávajúci je povinný pri predaji informovať spotrebiteľa o vlastnostiach predávaného výrobku alebo charaktere poskytovanej služby, o spôsobe použitia, montáže a údržby výrobku a o nebezpečenstve, ktoré vyplýva z jeho nesprávneho použitia, montáže alebo údržby, o podmienkach uschovávaní alebo skladovania, ako aj o riziku súvisiacom s poskytovanou službou. Ak je to potrebné s ohľadom na povahu výrobku, spôsob a dobu jeho používania, je predávajúci povinný zabezpečiť, aby tieto informácie zrozumiteľne obsahoval aj priložený písomný návod.“ V zmysle § 11 ods. 2 ZOS, dodávateľ je povinný informovať predávajúceho o vlastnostiach výrobku pravdivo a úplne.

³⁶⁰DULAKOVÁ JAKUBEKOVÁ, D., DULAK, A., JURČOVÁ, M.: *Zmluvy o prevode vlastníctva. Kúpna a zámenná zmluva, spotrebiteľská kúpna zmluva, darovacia zmluva. S komentárom. 2. vydanie.* Bratislava: C. H. Beck, 2013, s. 321.

zásady zodpovednosti predávajúceho sa líšia podľa dĺžky použiteľnosti predanej veci a podľa toho, či predmetom kúpy bola vec nová alebo použitá vec a či nová vec nebola predaná s vadami za nižšiu cenu.

Ak ide o veci, ktoré sa rýchlo kazia (napr. potraviny s krátkou dobou trvanlivosti), zodpovedá predávajúci len za vady existujúce pri prevzatí vecí kupujúcim. Rovnako zodpovedá predávajúci za vady použitej veci, vôbec ale nezodpovedá za vady, ktoré vznikli použitím a opotrebením veci. Ak použitá vec bola predaná za nižšiu cenu, nezodpovedá ani za vadu, pre ktorú bola dojednaná nižšia cena.

Pri predaji novej veci predávajúci zodpovedá tak za vady, ktoré mala vec pri prevzatí, ako aj za vady, ktoré sa vyskytli po jej prevzatí v záručnej dobe. Ak nová vec bola predaná za nižšiu cenu, predávajúci nezodpovedá za vadu, pre ktorú bola cena znížená. Za jej iné vady však zodpovedá. V plnom rozsahu zodpovedá aj za vady novej veci predanej za cenu nižšiu ako obvyklú z dôvodu výpredaja alebo posezónneho dopredaja tovaru.³⁶¹

Všeobecná zákonná záručná doba je 24 mesiacov a začína plynúť od prevzatia veci kupujúcim. Táto doba sa však neskončí (predlžuje sa) v prípade, ak je na obale alebo v návode vyznačená lehota na použitie. V takom prípade skončí záručná doba až uplynutím lehoty na použitie (§ 620 ods. 1 OZ).

Pri použitých veciach môže byť všeobecná záručná doba 24 mesiacov dohodou skrátená na 12 mesiacov (§ 620 ods. 2 OZ). Ak však nedôjde k dohode o jej skrátení, záručná doba aj v tomto prípade je 24 mesiacov.

Pri veciach, ktoré sú určené na to, aby sa užívali po dlhšiu dobu (napr. lieky, konzervované potraviny a pod.), ustanovujú osobitné predpisy záručnú dobu dlhšiu ako 24 mesiacov. Záručná doba presahujúca 24 mesiacov sa môže týkať i len niektorej súčiastky veci (§ 620 ods. 3 OZ).

Na žiadosť kupujúceho je predávajúci povinný poskytnúť záruku písomnou formou (záručný list). Ak to povaha veci umožňuje, postačí namiesto záručného listu vydať doklad o kúpe (§ 620 ods. 4 OZ). Obsah povinnosti vydať doklad o kúpe špecifikuje § 16 ZOS.

Vyhlásením v záručnom liste vydanom kupujúcemu môže predávajúci poskytnúť záruku presahujúcu rozsah záruky ustanovenej v Občianskom zákonníku. Zároveň v záručnom liste určí predávajúci podmienky a rozsah tejto záruky. Môže napríklad garantovať právo na výmenu

361SVOBODA, J. a kol. *Občiansky zákonník*. Bratislava: EUROUNION, 1994, s. 445.

veci, aj keď ide o vadu odstrániteľnú.³⁶² Záruka nad rámec záruky ustanovenej Občianskym zákonníkom môže vyplývať aj z vyhlásenia v reklame (pozri § 620 ods. 5 OZ).

Vo všeobecnosti platí, že záručná doba začína plynúť od prevzatia hnutelnej veci. Odlišná právna úprava platí iba vtedy, ak má kúpenú vec uviesť do prevádzky iný podnikateľ než predávajúci (napr. v prípade predaja automatickej pračky alebo umývačky riadu podnikateľ, ktorý zabezpečuje servisnú činnosť). V takom prípade záručná doba začína plynúť až odo dňa uvedenia do prevádzky. To však platí iba vtedy, ak kupujúci objednal uvedenie do prevádzky najneskôr do troch týždňov a na riadne a včasné uvedenie do prevádzky poskytol potrebnú súčinnosť (napríklad sprístupnil miestnosť, kde sa má vec uviesť do prevádzky). Nenaplnenie čo i len jedného z predpokladov má za následok, že kupujúci stráca výhodu odkladu behu premlčacej doby. Začiatkom plynutia premlčacej doby je potom okamih, kedy kupujúci vec prevzal.³⁶³

Z dôvodu zodpovednosti za vady môže kupujúci uplatniť práva, ktoré závisia od charakteru vady alebo množstva vád. V tejto súvislosti zákon rozlišuje vady:

- a) neodstrániteľné a iné neodstrániteľné,
- b) odstrániteľné,
- c) opätovne sa vyskytujúce,
- d) väčší počet vád.

Ad a): Za **neodstrániteľnú vadu** sa považuje predovšetkým vada veci, ktorú nemožno technicky odstrániť. V prípade neodstrániteľných vád existujú dva odlišné postupy pri uplatňovaní práv zo zodpovednosti za vady. Postup závisí od toho, či ide o

- neodstrániteľnú vadu, ktorá bráni tomu, aby sa vec mohla riadne užívať ako vec bez vady alebo
- neodstrániteľnú vadu, ktorá nebráni riadnemu užívaniu veci.

V prípade **neodstrániteľnej vady, ktorá bráni riadnemu užívaniu veci** (napr. unikanie oleja z motorového vozidla), má kupujúci na výber – buď sa rozhodne pre výmenu veci alebo môže od zmluvy odstúpiť. To aké právo kupujúci uplatní, je na voľbe kupujúceho, predávajúci je povinný voľbu rešpektovať. Platí, že uplatnením konkrétneho práva je kupujúci viazaný a nemôže jednostranne svoju voľbu meniť. Výnimkou je prípad, že právo na výmenu veci z dôvodu nemožnosti plnenia zaniklo, napríklad ak sa vec nevyrába.

³⁶²DULAKOVÁ JAKÚBEKOVÁ, D., DULAK, A., JURČOVÁ, M.: *Zmluvy o prevode vlastníctva. Kúpna a zámenná zmluva, spotrebiteľská kúpna zmluva, darovacia zmluva. S komentárom. 2. vydanie.* Bratislava: C. H. Beck, 2013, s. 336.

³⁶³Tamže, s. 340.

Ak ide o **iné neodstrániteľné vady (vady, ktoré nebránia riadnemu užívaniu veci)**, napr. funkčný, ale poškriabaný elektrospotrebič, má kupujúci právo na primeranú zľavu z ceny veci.

Ad b): Ak ide o **odstrániteľnú vadu** (napr. prenosný počítač sa sám vypína, čo sa dá opraviť), má kupujúci právo voľby a môže žiadať:

- riadne, včasné a bezplatné odstránenie vady³⁶⁴ alebo
- výmenu veci alebo jej súčasti.

Ak kupujúci uplatní právo na odstránenie vady, predávajúci môže vždy namiesto odstránenia vady vymeniť vec za bez väd. Jedinou prekážkou takejto voľby je skutočnosť, že by to kupujúcemu spôsobilo závažné ťažkosti.

Ad c): Za **opätovne sa vyskytujúcu vadu** sa považuje stav, ak sa tá istá vada po oprave veci vyskytne opakovane (v zmysle judikatúry sa za opakovanú vadu považuje vada, ktorá sa po dvoch opravách vyskytla znova), v dôsledku čoho kupujúci nemôže vec riadne užívať. V takom prípade má kupujúci právo voľby medzi výmenou veci a odstúpením od zmluvy.

Ad d): Za **väčší počet väd** veci predanej v obchode ustálená judikatúra považuje súčasný výskyt aspoň troch väd. Aj v tomto prípade sa vyžaduje, aby v dôsledku väčšieho počtu väd kupujúci nemohol vec riadne užívať. V tomto prípade má kupujúci právo voľby medzi výmenou veci a odstúpením od zmluvy.

Ak má vadu vec predávaná za nižšiu cenu alebo použitá vec a ide o vadu, za ktorú predávajúci zodpovedá, tu kupujúci nemá právo na výmenu veci, ale namiesto tohto práva mu prislúcha právo na primeranú zľavu z ceny veci (pozri § 624 OZ).

Postup pri uplatňovaní práv zo zodpovednosti za vady je upravený v ustanoveniach § 625 až 627 OZ. Práva zo zodpovednosti za vady sa uplatňujú u predávajúceho, u ktorého bola vec kúpená. Ide o tzv. **reklamáciu**³⁶⁵. Ak je však v záručnom liste uvedený iný podnikateľ určený na opravu, ktorý je v mieste predávajúceho alebo v mieste pre kupujúceho bližšom, uplatní kupujúci právo na opravu u podnikateľa určeného na vykonanie záručnej opravy. Podnikateľ určený na opravu je povinný opravu vykonať v lehote dohodnutej pri predaji veci medzi kupujúcim a predávajúcim (§ 625 OZ).

Kupujúci si popri uplatnení práv zo zodpovednosti za vady predaného tovaru môže uplatniť aj nárok na náhradu potrebných nákladov (§ 509 ods. 1 OZ), napr. náklady vynaložené

³⁶⁴OZ výslovne zdôrazňuje, že predávajúci je povinný vadu odstrániť bez zbytočného odkladu (§ 622 ods. 1 druhá veta).

³⁶⁵Občiansky zákonník neupravuje spôsob vybavenia reklamácie. Podrobnosti možno nájsť v osobitných právnych predpisoch, napr. v zákone o ochrane spotrebiteľa.

na prepravu vadnej veci do záručnej opravy, poštovné pri písomnom uplatňovaní práv zo zodpovednosti za vady a pod., resp. nevyhnutných nákladov, ktoré mu vznikli v súvislosti s uplatnením práv zo zodpovednosti za vady (§ 598 OZ), napr. náklady na demontáž vadného stroja, ako aj právo na primerané finančné zadost'učinenie (§ 509 ods. 2 OZ), napr. keď v súvislosti s uplatňovaním práv zo zodpovednosti za vady musel vynaložiť zvýšenú fyzickú a psychickú námahu, prekonať stres, zdravotné problémy a pod..

Právo zo zodpovednosti za vady, ktorá sa vyskytla na veci, treba uplatniť (t. j. vadu reklamovať) pri veciach, na ktoré platí záruka, a to v záručnej dobe; inak právo zanikne. Právo zo zodpovednosti za vady pri veciach, ktoré sa rýchlo kazia, sa musí uplatniť najneskôr v deň nasledujúci po kúpe, inak právo zanikne. Pri použitých veciach môže kupujúci uplatniť svoje právo zo zodpovednosti za vady buď v 24-mesačnej lehote po prevzatí veci, alebo do doby, na ktorej sa predávajúci a kupujúci dohodli. V zmysle § 620 ods. 2 OZ záručná doba pri použitých veciach môže byť dohodou skrátená, nesmie však byť kratšia ako 12 mesiacov. Právo zo zodpovednosti za vady, ktoré bolo uplatnené včas u predávajúceho, možno uplatniť na súde vo všeobecnej trojročnej premlčacej dobe, ktorá začína plynúť odo dňa uplatnenia práva u predávajúceho.

Uplatnenie práva zo zodpovednosti za vady spôsobuje, že záručná doba spočíva, a to až do okamihu, kedy bol kupujúci povinný vec po skončení opravy prevziať. Podľa § 656 ods. 1 OZ kupujúci je povinný vyzdvihnúť si vec do jedného mesiaca od uplynutia času, keď sa oprava alebo úprava mala vykonať, a ak bola vykonaná neskôr, do jedného mesiaca od upovedomenia o jej vykonaní. Občiansky zákonník ukladá predávajúcemu povinnosť, aby vydal kupujúcemu potvrdenie o tom, kedy právo uplatnil, ako aj o vykonaní opravy a dobe jej trvania³⁶⁶

Ak v rámci uplatnenia práva zo zodpovednosti za vady došlo k výmene veci, od prevzatia novej veci začne plynúť nová záručná doba. To isté platí, ak dôjde k výmene súčiastky, na ktorú bola poskytnutá záruka (§ 627 ods. 2).

11.2.2. Zmluva o dielo

V zmysle § 631 OZ sa zaväzuje zhotoviteľ diela objednávateľovi, že vykoná dielo za dojednanú cenu a na svoje nebezpečenstvo. Medzi pojmové znaky zmluvy o dielo upravenej v Občianskom zákonníku patrí:

³⁶⁶Doba od uplatnenia práva zo zodpovednosti za vady až do doby, keď kupujúci po skončení opravy bol povinný vec prevziať, sa do záručnej doby nepočíta. Predávajúci je povinný vydať kupujúcemu potvrdenie o tom, kedy právo uplatnil, ako aj o vykonaní opravy a o dobe jej trvania (§ 627 ods. 1 OZ).

- a) vykonanie diela
- b) cena za vykonanie diela (odplatnosť)
- c) vykonanie diela na vlastné nebezpečenstvo zhotoviteľa.

Dielom sa rozumie **výsledok určitej pracovnej činnosti**, ktorý má hmotnú povahu (napr. zhotovenie určitej veci), povahu prác a výkonov (napr. pánske holičstvo - barbierstvo), prípadne ide o nehmotný výsledok duševnej pracovnej činnosti.

Zmluva o dielo vzniká dohodou zmluvných strán, objednávateľa a zhotoviteľa, o jej **podstatných náležitostiach**, ktorými sú **vymedzenie predmetu diela** a **odmena za vykonanie diela**. V spotrebiteľskej praxi je zvyčajne v postavení dodávateľa zhotoviteľ a v postavení objednávateľa spotrebiteľ. Občiansky zákonník nevyžaduje na platnosť zmluvy o dielo písomnú formu (prejavuje sa tu neformálnosť právnych úkonov), ale v prípade, že nedôjde k zhotoveniu diela na počkanie, je zhotoviteľ povinný vydať **písomné potvrdenie o prevzatí objednávky** (napr. potvrdenie o prevzatí odevov do čistiarne alebo práčovne). Potvrdenie musí v zmysle § 632 OZ obsahovať označenie predmetu diela, jeho rozsah, akosť, cenu za vykonanie diela a čas jeho zhotovenia.

Najdôležitejšou povinnosťou objednávateľa je **zaplatiť cenu za vykonané dielo**. Cena za vykonanie diela sa určuje dohodou zmluvných strán alebo na základe osobitných cenových predpisov, inak je objednávateľ povinný zaplatiť primeranú cenu. Ak nie je dohodnuté inak, cenu je povinný zaplatiť až po vykonaní diela. V prípade, že zhotovenie diela vyžaduje značné náklady alebo sa dielo zhotovuje po častiach, je zhotoviteľ oprávnený požadovať od objednávateľa **primerané preddavky** už počas jeho vykonávania. (§ 634 OZ)

Cena diela sa určuje **pevnou sumou** alebo **odhadom**. Prípadosť určenia ceny pevnou sumou je **určenie ceny podľa rozpočtu**. Takto stanovená cena sa môže zvýšiť iba so súhlasom objednávateľa. Ak došlo v čase od uzavretia zmluvy do jej splnenia k zmene cenového predpisu, je zhotoviteľ povinný na to objednávateľa upozorniť a oznámiť mu novú cenu. Objednávateľ je oprávnený odstúpiť od zmluvy, a to bez zbytočného odkladu po tomto oznámení (§ 636 OZ).

Ak cenu diela nie je možné určiť pevnou sumou, a to vzhľadom na povahu diela resp. jeho komplikovanosť, určí sa **odhadom**. Ak zhotoviteľ dodatočne zistí, že takto určenú cenu bude treba podstatne prekročiť (v praxi súdov ide o zvýšenie aspoň o 10 až 20 % pôvodnej ceny), je povinný bez meškania oznámiť objednávateľovi novourčenú cenu. Objednávateľ je oprávnený po tomto oznámení bez zbytočného odkladu od zmluvy odstúpiť.

Zhotoviteľ je povinný **vykonať dielo na vlastné nebezpečenstvo**. V zmysle ustanovenia § 640 OZ ak bolo dielo zmarené náhodou pred časom splnenia, zhotoviteľ stráca nárok na

odmenu. Uvedené znamená, že zhotoviteľ znáša riziko, že nastane skutočnosť, ktorá mu znemožní riadne vykonať dielo (napr. dielo nebude vykonané pre nedostatok materiálu alebo hotové, ale neodovzdané dielo sa zničí, poškodí alebo stratí). V prípade, že zhotoviteľ už hotové dielo ponúkol, ale objednávateľ neprijal riadne ponúknuté plnenie alebo neposkytol zhotoviteľovi súčinnosť v čase plnenia, prechádza nebezpečenstvo náhodnej skazy na objednávateľa (§ 522 OZ). Hovoríme, že objednávateľ je v omeškaní.

Zhotoviteľ je povinný **vykonať dielo podľa zmluvy riadne a v stanovenom čase**. Ak je na jeho vykonanie stanovená technická norma, musí vykonanie diela tejto norme zodpovedať. (§ 633 OZ) Je povinný postupovať **podľa pokynov objednávateľa** a v prípade, ak objednávateľ žiada, aby bolo dielo vykonané podľa pokynov, ktoré sú nevhodné alebo má byť použitý nevhodný materiál na vykonanie diela, má zhotoviteľ právo odstúpiť od zmluvy. (§ 637 OZ) Dielo je povinný vyhotoviť podľa zmluvy, **osobne alebo prostredníctvom tretej osoby**, pričom zodpovednosť za vykonanie diela znáša sám.

Objednávateľ je povinný **poskytnúť zhotoviteľovi súčinnosť**, a to v primeranej lehote určenej zhotoviteľom, inak je zhotoviteľ oprávnený od zmluvy odstúpiť, ak na to objednávateľ upozornil. Rovnako tak je zhotoviteľ oprávnený odstúpiť od zmluvy v prípade, **ak k zhotoveniu diela dochádza u objednávateľa, ktorý odmieta dodržať zdravotné a bezpečnostné opatrenia** pre osoby, ktoré vykonávajú dielo (§ 638 OZ).

Aj zhotoviteľ je povinný poskytnúť objednávateľovi súčinnosť. Ak **objednávateľ poskytne zhotoviteľovi súčinnosť riadne a včas, ale on nepristúpi k vykonaniu diela:**

- a) je objednávateľ oprávnený odstúpiť od zmluvy, za predpokladu, že poskytol zhotoviteľovi primeranú dodatočnú lehotu na plnenie a zároveň
- b) má objednávateľ právo na náhradu potrebných nákladov, ktoré mu vznikli v dôsledku omeškania zhotoviteľa. Uvedené právo musí uplatniť najneskôr do jedného mesiaca od prevzatia veci alebo od odstúpenia, inak mu toto právo zanikne (ide o tzv. prekluzívnu lehotu) (§ 639 OZ).

Zmluva o dielo zaniká viacerými spôsobmi, napr. splnením, odstúpením od zmluvy zhotoviteľom alebo objednávateľom alebo smrťou jednej zmluvnej strany.

V zmysle § 642 OZ je **objednávateľ oprávnený odstúpiť od zmluvy** z akéhokoľvek dôvodu alebo bez uvedenia dôvodu **až do zhotovenia diela**. Je však povinný nahradiť zhotoviteľovi sumu pripadajúcu na už vykonané práce, ak zhotoviteľ nemôže použiť ich výsledok inak, a nahradiť mu účelne vynaložené náklady. Od zmluvy o dielo môže objednávateľ odstúpiť aj vtedy, ak je zrejmé, že dielo nebude hotové včas alebo nebude vykonané riadne a zhotoviteľ neurobí nápravu ani v primeranej dobe, ktorá mu na to bola

poskytnutá. V tomto druhom prípade ide o tzv. anticipované (predpokladané) odstúpenie od zmluvy bez toho, aby nastalo skutočné porušenie zmluvy, pričom strany by sa medzi sebou navzájom mali vysporiadať podľa všeobecných pravidiel bezdôvodného obohatenia.³⁶⁷

Zmluva o dielo **sa ruší smrťou zhotoviteľa, ak vykonanie diela závisí od špecifických osobných vlastností zhotoviteľa** (napr. zhotovenie sochy na nádvorí hradu konkrétnym umelcom). Dedičia zhotoviteľa majú nárok iba na zaplatenie použiteľnej hmoty pripravenej na dielo a časti odmeny zodpovedajúcej použiteľným výsledkom vykonanej práce. Smrťou objednávateľa nedochádza k zrušeniu zmluvy, pokiaľ plnenie zo zmluvy nie je viazané výlučne na osobu objednávateľa (§ 643 OZ).

Ak nedošlo k vykonaniu diela, **patrí zhotoviteľovi dojednaná cena**, ak bol ochotný dielo vykonať a ak mu v tom bránili okolnosti na strane objednávateľa. Je ale povinný dať si započítať to, čo ušetril nevykonaním diela, čo zarobil inak alebo čo úmyselne zameškal zarobiť. Ak ho zdržali vo vykonávaní diela okolnosti na strane objednávateľa, patrí mu za to **primeraná náhrada** (§ 641 OZ).

Zmluva o zhotovení veci na zákazku, ako aj zmluva o oprave alebo úprave veci sú osobitnými podtypmi zmluvy o dielo. Kým všeobecné ustanovenia zmluvy o dielo upravujú najmä podstatné náležitosti zmluvy, určenie ceny diela, práva a povinnosti objednávateľa a zhotoviteľa, možnosť zmluvných strán odstúpiť od zmluvy, ako aj niektoré otázky zániku zmluvy o dielo, osobitné ustanovenia zmluvy o zhotovení veci na zákazku a zmluvy o oprave a úprave veci obsahujú úpravu zodpovednosti za vady, ako aj povinnosť objednávateľa prevziať vec a následky nesplnenia tejto povinnosti. Všeobecné ustanovenia zmluvy o dielo budú upravovať tie zmluvy o dielo, ktorých predmet bude spočívať v určitých prácach alebo výkonoch.

Zmluva o zhotovení veci na zákazku

Pri zhotovení veci na zákazku má objednávateľ právo, aby mu zhotoviteľ podľa jeho objednávky zhotovil vec a zároveň je objednávateľ povinný zaplatiť cenu za jej zhotovenie (§ 644 OZ). Môže ísť napríklad o zhotovenie kuchynskej linky, vstavanej (šatníkovej) skrine, pánskeho obleku na mieru alebo o zhotovenie stavby podľa požiadaviek objednávateľa. Na rozdiel od všeobecnej zmluvy o dielo bude predmetom zmluvy o zhotovení veci na zákazku vec ako výsledok určitej činnosti, a to hnutel'ná alebo nehnuteľná, pričom bude

³⁶⁷MORAVČÍKOVÁ, A. Zmluva o dielo. In ŠTEVČEK, M., DULAK, A., BAJÁNKOVÁ, J., FEČÍK, J., SEDLAČKO, M., TOMAŠOVIČ, M. a kol. *Občiansky zákonník II: komentár : § 451-880*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2019, s. 2399-2400.

charakterizovaná individuálnymi požiadavkami objednávateľa. Osobitosťou tohto osobitného zmluvného typu je aj fakt, že zhotoviteľ môže na zabezpečenie svojej splatnej peňažnej pohľadávky voči objednávateľovi uplatniť zádržné právo k zhotovenej veci.

V ustanoveniach § 645 až § 649 OZ je upravená zodpovednosť zhotoviteľa za vady veci zhotovenej na zákazku. Zhotoviteľ zodpovedá za **vady zjavné**, ktoré má vec pri prevzatí objednávateľom, ako aj za **vady skryté**, ktoré sa vyskytnú po prevzatí veci v záručnej dobe. Zodpovedá aj za to, že **vec má vlastnosti, ktoré si objednávateľ pri zákazke vymienil**. Ak je príčinou väd zhotovenej zákazky **vadnosť materiálu poskytnutého objednávateľom alebo nevhodnosť jeho pokynov** a zhotoviteľ na ich nevhodnosť alebo na vadnosť materiálu neupozornil, zodpovedá zhotoviteľ aj za tieto vady (§ 645 OZ)

Záručná doba, v ktorej si môže objednávateľ uplatniť svoje práva zo zodpovednosti za vady, **je 24 mesiacov** a začína plynúť odo dňa prevzatia veci alebo odo dňa, keď mal objednávateľ povinnosť si vec prevziať, ak si vec prevzal neskôr (§ 647 OZ). Pri veciach, ktoré sú určené na to, aby sa užívali po dlhšiu dobu, je záručná doba ustanovená osobitnými predpismi **dlhšia ako 24 mesiacov** a môže týkať aj len niektorej súčiastky. Záručná doba **pri zhotovení stavby je 3 roky**, pričom vykonávací predpis môže určiť, že záručná doba **pri niektorých častiach stavieb môže byť aj kratšia, a to najmenej 18 mesiacov** (§ 646 OZ).

Nároky objednávateľa pri uplatnení zodpovednosti za vady zhotovenej veci rozlišujeme podľa toho, či ide o vady odstrániteľné alebo neodstrániteľné. **V prípade, že ide o odstrániteľné vady**, má objednávateľ právo na ich bezplatné odstránenie, a to bez zbytočného odkladu. **Ak ide o neodstrániteľné vady, ktoré nebránia riadnemu užívaniu veci podľa objednávky**, má objednávateľ právo na primeranú zľavu. **Ak ide o neodstrániteľné vady, ktoré bránia tomu, aby sa vec mohla užívať ako vec bez väd**, má objednávateľ právo na zrušenie zmluvy. Uvedené právo má objednávateľ aj vtedy, ak pre opätovné vyskytnutie sa odstrániteľnej vady po oprave alebo pre väčší počet väd na zhotovenej veci, nie je možné vec riadne užívať (§ 648 OZ).

Ustanovenia o zhotovení veci na zákazku upravujú aj **otázky týkajúce sa prevzatia veci**. Objednávateľ je povinný prevziať vec **najneskôr do jedného mesiaca, od kedy mala byť vec zhotovená alebo ak bola zhotovená neskôr, do jedného mesiaca od zhotovenia**, inak je povinný zaplatiť dohodnutý poplatok za uskladnenie. Po uplynutí šiestich mesiacov odo dňa, keď bola vec na zákazku zhotovená, **môže s ňou zhotoviteľ voľne nakladať**, čo znamená, že ju môže predať. Ak sa mu nepodarí vec predať alebo s ňou inak naložiť, má **právo na zaplatenie ceny zhotovenia diela od objednávateľa**. Zhotoviteľ stavby má vždy právo na zaplatenie ceny za zhotovenú stavbu (§ 650 OZ).

Zmluva o oprave a úprave veci

Zmluvou o oprave alebo úprave veci vznikne objednávateľovi právo, aby zhotoviteľ vykonal opravu alebo úpravu veci podľa jeho objednávky a zhotoviteľ má právo na zaplatenie ceny za opravu alebo úpravu veci. Kým **opravou veci** sa rozumie činnosť, ktorou sa odstraňujú vady veci, následky jej poškodenia alebo účinky jej opotrebenia, **úpravou veci** je činnosť, ktorou sa mení hlavne povrch veci alebo jej vlastnosti (§ 652 OZ). Môže ísť napr. o opravu automobilu, domáceho spotrebiča, elektroniky, obuvi, úpravu odevov ich skrátením alebo iným vylepšením.

Rovnako ako pri zmluve o zhotovení veci na zákazku zhotoviteľ zodpovedá za **vady zjavné**, ktoré má oprava alebo úprava veci pri jej prevzatí objednávateľom, ako aj za **vady skryté**, ktoré sa vyskytnú po prevzatí veci objednávateľom v záručnej dobe. Zodpovedá aj za **vady, ktorých príčinou je vadnosť veci, ktorá sa má opraviť alebo upraviť alebo nevhodnosť pokynov objednávateľa**, ak zhotoviteľ na vadnosť veci alebo nevhodnosť pokynov neupozornil (§ 653).

Záručná doba pri zmluve o oprave alebo úprave veci **je 3 mesiace**, ak nie je dohodnuté alebo osobitnými predpismi ustanovené inak. Záručná doba **pri stavebných prácach je najmenej 18 mesiacov**. Ak je účelom opravy alebo úpravy veci, aby sa vec mohla užívať po dlhší čas, ustanovia osobitné predpisy **záručnú dobu dlhšiu ako 3 mesiace**, ktorá sa môže týkať aj len jednotlivjej súčiastky, ak nebolo v zmluve dohodnuté inak (§ 654 OZ).

Ak je vec zhotoviteľom opravená alebo upravená vadne, objednávateľ má **právo na bezplatné odstránenie vady**, čomu zodpovedá povinnosť zhotoviteľa vadu odstrániť najdlhšie v dohodnutej lehote. V prípade, že vadu nie je možné odstrániť alebo nie je zhotoviteľom odstránená v dohodnutej lehote alebo sa vada vyskytne opätovne, má objednávateľ **právo na zrušenie zmluvy alebo na primerané zníženie ceny opravy alebo úpravy** (§ 655 OZ).

Uvedené nároky zo zodpovednosti za vady je objednávateľ povinný uplatniť v záručnej dobe, inak zaniknú. Čas od uplatnenia práva zo zodpovednosti za vady až po vykonanie opravy alebo úpravy veci sa do záručnej doby nepočíta. Zhotoviteľ je povinný vydať objednávateľovi **potvrdenie o uplatnení práv zo zodpovednosti za vady**, ktoré obsahuje čas, kedy bolo právo uplatnené, spôsob vykonania opravy alebo úpravy, ako aj čas jej trvania.

Povinnosťou objednávateľa je **vyzdvihnúť vec najneskôr do jedného mesiaca, od kedy mala byť vec opravená alebo upravená**, a ak bola oprava alebo úprava vykonaná neskôr, **do jedného mesiaca od upovedomenia o jej vykonaní**, inak je povinný zaplatiť poplatok za jej uskladnenie. Ak si objednávateľ neprevezme vec do 6 mesiacov, odkedy bol

povinný ju vyzdvihnúť, **má zhotoviteľ právo vec predat'**. Ak však pozná adresu objednávateľa a ak ide o vec väčšej hodnoty, je zhotoviteľ povinný **vopred upovedomiť objednávateľa o zamýšľanom predaji a poskytnúť mu dodatočnú primeranú lehotu na vyzdvihnutie veci**. Ak došlo k predaju nevyzdvihnutej veci, je zhotoviteľ oprávnený odpočítať si z výťažku predaja cenu opravy alebo úpravy, poplatok za uskladnenie a náklady predaja veci.

11.2.3. Zmluva o zájazde

Zmluva o zájazde je najznámejším zmluvným typom v oblasti cestovného ruchu, pričom ide taktiež o spotrebiteľskú zmluvu. Upravená je v zákone č. 170/2018 Z.z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Zájazd ako základný produkt cestovnej kancelárie je **kombinácia najmenej dvoch rôznych druhov služieb** cestovného ruchu, **zakúpených na účel tej istej cesty**, medzi ktoré patria:

- a) preprava,
- b) ubytovanie, ktoré nie je prirodzenou súčasťou prepravy a nie je určené na účel bývania,
- c) prenájom motorových vozidiel alebo dvojkoľosových motorových vozidiel, na ktorých vedenie sa vyžaduje vodičské oprávnenie skupiny A, alebo
- d) iné služby cestovného ruchu:
 - ak služby cestovného ruchu skombinoval jeden obchodník (a to aj na požiadanie cestujúceho alebo podľa výberu cestujúceho uskutočneného pred uzatvorením zmluvy o zájazde) alebo
 - bez ohľadu na to, či sa uzatvárajú samostatné zmluvy s jednotlivými poskytovateľmi služieb cestovného ruchu, ak ide o služby cestovného ruchu:
 - o zakúpené na jednom predajnom mieste a skombinované pred tým, ako sa cestujúci zaviazal k úhrade ich ceny,
 - o ponúkané, predávané alebo účtované za súhrnnú alebo celkovú cenu,
 - o ponúkané alebo predávané pod označením „zájazd“, „balík služieb cestovného ruchu“ alebo obdobným označením,
 - o kombinované cestujúcim po uzatvorení zmluvy, ktorá oprávňuje cestujúceho na výber z rôznych druhov služieb cestovného ruchu, alebo
 - o zakúpené od rôznych obchodníkov prostredníctvom prepojených online rezervačných systémov, pri ktorých obchodník, s ktorým je uzatvorená prvá

zmluva o službe cestovného ruchu, zasiela meno a priezvisko, platobné údaje a elektronickú adresu cestujúceho ďalšiemu obchodníkovi (obchodníkom) a s týmto obchodníkom (obchodníkmi) sa uzatvorí zmluva o službe cestovného ruchu najneskôr 24 hodín po potvrdení rezervácie prvej služby cestovného ruchu.

Zmluvnými stranami zmluvy o zájazde sú **cestovná kancelária** (podnikateľ) a **cestujúci** (fyzická osoba, ktorá uzatvára zmluvu o zájazde alebo zmluvy tvoriace spojené služby cestovného ruchu alebo ktorej majú byť poskytnuté služby cestovného ruchu na základe uzatvorenej zmluvy o zájazde alebo zmlúv tvoriacich spojené služby cestovného ruchu). Cestovná kancelária sa zaväzuje, že **za dohodnutú cenu** cestujúcemu **obstará zájazd**, a cestujúci sa zaväzuje, že **zaplatí dohodnutú cenu** zájazdu.

Zmluva o zájazde musí byť **formulovaná jednoznačne, zrozumiteľne a určito** (ak je v písomnej forme, musí byť čitateľná).

Pre zmluvu o zájazde je typické **poskytovanie informácií v troch fázach**, a to v rámci:

a) **predzmluvnej informačnej povinnosti**, kedy sú cestovná kancelária alebo cestovná agentúra, ktorá predáva zájazd **povinné**:

- **pred uzatvorením zmluvy o zájazde alebo**
- **pred zaslaním ponuky, ktorej prijatie môže viesť k uzatvoreniu zmluvy o zájazde**, poskytnúť cestujúcemu **informácie, ktoré uvádzame v písm. b), ako aj informácie prostredníctvom príslušného formulára**
 - časť A: „Formulár štandardných informácií pre zmluvy o zájazdoch, ak existuje možnosť hypertextových odkazov“,
 - časť B: „Formulár štandardných informácií pre zmluvy o zájazde v situáciách, ktoré nie sú upravené v časti A“ alebo
 - časť C: „Formulár štandardných informácií, ak cestovná kancelária zasiela údaje inému obchodníkovi v súlade s § 3 ods. 1 písm. b) piatym bodom zákona č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov“.

b) **uzavretia zmluvy, keď sa poskytujú informácie** (v závislosti od druhu zájazdu) o:

- **základných znakov služieb** cestovného ruchu, ktorými sú:
 1. **cieľové miesto alebo miesta, trasa cesty, termín začatia a skončenia zájazdu, dĺžka pobytu aj s dátumami** (ak je súčasťou zájazdu ubytovanie aj počet nocí počas ktorých je poskytnuté),

2. **druh a kategória dopravného prostriedku, trieda a dopravné spojenia, čas odchodu a návratu** (ak ešte nie je určený presný čas tak približný čas odchodu, návratu a predpokladané miesta a trvanie zastávok),
 3. **názov, poloha, kategória, trieda, vybavenosť a základné charakteristické znaky ubytovacieho zariadenia** (pri triede sa uvádza aj informácia o krajine podľa ktorej je ubytovacie zariadenie klasifikované),
 4. **spôsob, rozsah a forma stravovania,**
 5. **program v mieste pobytu, výlety, exkurzie alebo iné služby zahrnuté v celkovej cene zájazdu,**
 6. **informácia, či sa niektoré zo služieb cestovného ruchu poskytnú cestujúcemu v rámci skupiny** (ak to nie je zrejmé z kontextu aj informácia o približnej veľkosti skupiny),
 7. **ak je iná služba cestovného ruchu poskytovaná v cudzom jazyku,** informácia o tomto jazyku,
 8. **informácia o všeobecnej vhodnosti cesty pre osoby so zníženou pohyblivosťou** (na žiadosť cestujúceho aj presné informácie o vhodnosti cesty, s prihliadnutím na potreby cestujúceho),
- **názve** (obchodnom mene), **sídle právnickej osoby** (mieste podnikania fyzickej osoby), **telefónnom kontakte a adrese elektronickej pošty** cestovnej kancelárie,
 - **celkovej cene zájazdu vrátane daní, všetkých nákladov a poplatkov** (ak ich nemožno určiť pred uzatvorením zmluvy, upozornenie na skutočnosť, že ešte môžu byť zahrnuté do celkovej ceny zájazdu)
 - **platobných podmienkach** (vrátane povinnosti cestujúceho zaplatiť zálohu a jej výšku, platobných podmienkach pre zaplatenie zvyšnej časti ceny alebo o povinnosti poskytnúť na žiadosť inú finančnú zábezpeku),
 - **podmienke dosiahnutia minimálneho počtu cestujúcich na realizáciu zájazdu a lehote v ktorej môže cestovná kancelária odstúpiť od zmluvy z dôvodu nedosiahnutia tohto počtu,**
 - **všeobecných údajoch, ktoré sa týkajú pasových požiadaviek a vízových požiadaviek** (vrátane predpokladanej lehoty na vydanie víz) a **o zdravotných požiadavkách v cieľovom mieste,**
 - **práve cestujúceho odstúpiť od zmluvy o zájazde kedykoľvek pred začatím zájazdu** súčasne so zaplatením dohodnutého alebo zákonného odstupného, ak ho cestovná kancelária požaduje,

- **poistení pre prípad krytia nákladov spojených s odstúpením od zmluvy o zájazde zo strany cestujúceho alebo iných nákladov**, ktoré môžu vzniknúť cestujúcemu najmä v prípade nehody, ochorenia alebo smrti,
- **ďalej napr. aj informácie o**
 1. **osobitných požiadavkách cestujúceho**, s ktorými cestovná kancelária súhlasila,
 2. tom, že cestovná kancelária zodpovedá za poskytovanie zájazdu a je **povinná poskytnúť pomoc**, ak sa cestujúci ocitne v ťažkostiach,
 3. **názve a sídle poskytovateľa ochrany pre prípad úpadku** a jeho kontaktné údaje,
 4. **mene a kontaktných údajoch zodpovedného zástupcu alebo iného subjektu, povereného cestovnou kanceláriou**, prostredníctvom ktorého môže cestujúci rýchlo a účinne komunikovať s cestovnou kanceláriou (napr. žiadať o pomoc v ťažkostiach),
 5. **postupoch uplatňovania a vybavovania reklamácií, sťažností a podnetov** cestujúcich a pod.
- c) **v rámci dostatočného časového predstihu pred začatím zájazdu**, keď sa poskytujú informácie o **plánovaných časoch odchodu alebo o termíne na odbavenie**, ako aj **plánovaných časoch zastávok**, dopravných spojení a príchodu na cieľové miesto (miesta). Zároveň sa cestujúcemu poskytujú potvrdenia, poukážky, cestovné lístky, vstupenky a pod.

11.2.4. Zmluva o ubytovaní

Zmluvnými stranami zmluvy o ubytovaní sú **objednávateľ, ktorý sa mení na ubytovaného a ubytovateľ**. Účelom uzatvorenia zmluvy o ubytovaní je **poskytnutie ubytovania na prechodnú dobu** (t. j. **na dohodnutú dobu alebo na dobu vyplývajúcu z účelu ubytovania**) v zariadení na to určenom (napr. hotel, nocľaháreň, ubytovňa a pod.).

Zmluva o ubytovaní je **zmluva**:

- a) **konsenzuálna**,
- b) **odplatná**,
- c) **synalagmatická**,
- d) **neformálna**.

Podstatnými obsahovými náležitosťami zmluvy o ubytovaní sú:

- a) označenie zmluvných strán,
- b) záväzok ubytovateľa poskytnúť prechodné ubytovanie,
- c) špecifikácia ubytovacieho zariadenia a
- d) záväzok objednávateľa zaplatiť ubytovateľovi cenu v lehotách určených ubytovacími poriadkami.

Objednávateľ (ubytovaný) je povinný najmä:

- a) **zaplatiť** ubytovateľovi **cenu v lehotách určených ubytovacími poriadkami,**
- b) **užívať priestory vyhradené** mu na ubytovanie **a plnenia** spojené s ubytovaním **riadne** (bez súhlasu ubytovateľa nesmie vykonávať v týchto priestoroch žiadne podstatné zmeny, napr. stavebné úpravy v hotelovej izbe).

Objednávateľ (ubytovaný) má najmä právo:

- a) aby mu ubytovateľ **poskytol prechodné ubytovanie** na dohodnutú dobu alebo na dobu vyplývajúcu z účelu ubytovania,
- b) **užívať priestory,** ktoré mu boli **na ubytovanie** vyhradené,
- c) **užívať spoločné priestory** ubytovacieho zariadenia (napr. vstupná hotelová hala, chodba a pod.),
- d) **používať služby,** ktorých poskytovanie je s ubytovaním spojené,
- e) **na náhradu škody na vnesených alebo odložených veciach** podľa všeobecných ustanovení Občianskeho zákonníka,
- f) **odstúpiť od zmluvy** pred uplynutím dohodnutej doby,
- g) **nahradiť ujmu** vzniknutú ubytovateľovi predčasným zrušením ubytovania ak ubytovateľ nemohol ujmu zabrániť.

Ubytovateľ je povinný najmä:

- a) **odovzdať** ubytovanému **priestory** vyhradené mu na ubytovanie **v stave spôsobilom na riadne užívanie,**
- b) **zabezpečiť** ubytovanému **nerušený výkon jeho práv** spojených s ubytovaním,
- c) **zodpovedať za prípadnú škodu na vnesených veciach** (vnesené sú veci, ktoré boli ubytovanými fyzickými osobami alebo pre ne prinesené do priestorov, ktoré boli vyhradené na ubytovanie alebo na uloženie vecí alebo ktoré boli za tým účelom odovzdané ubytovateľovi alebo niektorému z pracovníkov ubytovateľa) podľa všeobecných ustanovení o zodpovednosti za škodu na vnesených alebo odložených veciach. Ide o typ zodpovednosti, ktorej sa poskytovateľ nemôže zbaviť jednostranným vyhlásením (napr. tabuľka s textom „za stratu lyží nezodpovedáme“ vyvesená v miestnosti na odkladanie lyží).

Ubytovateľ má právo najmä:

- a) **na zaplatenie ceny za ubytovanie** ubytovaným v lehotách určených ubytovacími poriadkami,
- b) **aby ubytovaný užíval** priestory, vyhradené mu na ubytovanie **riadne**,
- c) **na náhradu škody, ktorá mu vznikla** predčasným zrušením ubytovania ak jej nemohol zabrániť,
- d) **odstúpiť od zmluvy pred uplynutím dohodnutej doby, ak** ubytovaný v ubytovacom zariadení aj napriek výstrahe **hrubo porušuje dobré mravy** alebo inak hrubo porušuje **svoje povinnosti** zo zmluvy.

11.2.5. Zmluva o preprave

Občiansky zákonník rozlišuje **dva typy zmlúv o preprave**, a to zmluvu o preprave:

- a) **osôb**,
- b) **nákladu**.

Zmluvnými stranami zmluvy o preprave osôb sú **dopravca** (fyzická alebo právnická osoba prevádzkujúca dopravu na základe príslušného povolenia) a **cestujúci**. Účelom zmluvy o preprave osôb je **preprava fyzických osôb a ich batožiny**. Podrobnosti upravujú zákony, ktoré sa zameriavajú na železničnú, leteckú, cestnú a lodnú dopravu a prepravné poriadky.

Zmluva o preprave osôb **vzniká na základe konania cestujúceho**, ktorým dáva nepochybné najavo, že chce uzavrieť prepravnú zmluvu (zvyčajne tým, že zaplatí cestovné, t. j. kúpi si lístok). Cestujúcim je v zásade každá fyzická osoba, ktorá spĺňa podmienky určené prepravnými poriadkami.

Cestujúci má právo najmä:

- a) **použiť** dopravný prostriedok,
- b) **byť prepravený do miesta určenia riadne a včas** (ak sa preprava nevykonala včas, práva a nároky špecifikujú prepravné poriadky a osobitné predpisy, napr. vrátenie cestovného a pod.),
- c) **na prepravu svojej batožiny** (buď **spoločne s ním a pod jeho dohľadom** alebo **oddelene**. V prípade oddelenej prepravy batožiny má právo, aby sa jeho batožina prepravila do miesta určenia najneskôr v rovnaký čas s ním),
- d) **uplatniť si nároky** zo zodpovednosti dopravcu **za nevykonanie riadnej alebo včasnej prepravy**, pričom podrobnosti určujú prepravné poriadky.

Cestujúci je povinný najmä:

- a) **zaplatiť** určené **cestovné**,
- b) **uplatniť si** u dopravcu **nárok na náhradu škody** v prípade, ak sa preprava nevykonala včas a chce škodu nahradiť. Nárok je povinný si uplatniť bez zbytočného odkladu, najneskôr do šiestich mesiacov (inak právo cestujúceho zanikne, t. j. prekluduje sa).

Doprovca je povinný najmä:

- a) **prepraviť cestujúceho** do miesta určenia **riadne a včas**,
- b) starať sa **o bezpečnosť a pohodlie** cestujúcich,
- c) pri hromadnej preprave umožniť cestujúcim **používanie spoločenských a kultúrnych zariadení**,
- d) **prepraviť batožinu** cestujúceho,
- e) **zodpovedať za škodu** (podľa ustanovení o zodpovednosti za škodu spôsobenú pri prevádzke dopravných prostriedkov ak batožinu prepravuje spoločne s cestujúcim alebo o zodpovednosti za škodu pri nákladnej preprave ak batožinu prepravuje oddelene od cestujúcich).

Doprovca má právo najmä na úhradu cestovného.

Zmluvnými stranami zmluvy o preprave nákladu sú dopravca (fyzická alebo právnická osoba prevádzkujúca dopravu na základe príslušného povolenia) a **odosielateľ**. **Účelom** zmluvy o preprave nákladu je **preprava nákladu (zásielok)**. Odosielateľovi vzniká právo, aby mu dopravca za prepravné zásielku prepravil do určeného miesta a vydal ju určenému príjemcovi.

Doprovca je povinný najmä:

- a) na požiadanie odosielateľa **prevzatie zásielky písomne potvrdiť**,
- b) **prepraviť zásielku** do určeného miesta,
- c) vykonať prepravu **s odbornou starostlivosťou** a **v určenej lehote** (ak na prepravuje využije iné osoby zodpovedá, akoby prepravu vykonal sám),
- d) **vydať zásielku** určenému **príjemcovi**,
- e) **zodpovedať za škodu**, ktorá vznikla **na prepravovanej zásielke v čase od prevzatia na prepravu až do vydania**, ibaže škoda bola spôsobená odosielateľom alebo príjemcom, vadnosťou zásielky, jej obalu alebo balenia, osobitnou povahou zásielky alebo okolnosťou, ktorú dopravca nemohol odvrátiť,
- f) **pri strate alebo zničení zásielky nahradiť cenu**, ktorú mala zásielka v čase, keď bola prevzatá na prepravu (pri poškodení alebo čiastočnej strate zásielky uhrádza dopravca sumu, o ktorú bola zásielka znehodnotená),

Doprovca má právo najmä na úhradu prepravného.

Odosielateľ je povinný najmä:

- a) na požiadanie dopravcu **objednávku** prepravy **písomne potvrdiť**,
- b) **uplatniť si** u dopravcu **nárok na náhradu škody** v prípade, ak chce škodu nahradiť do šiestich mesiacov od vydania zásielky príjemcovi alebo (ak k vydaniu zásielky nedošlo) do šiestich mesiacov od prevzatia zásielky na prepravu; inak právo zanikne.

Odosielateľ má právo najmä:

- a) **dávať** (za podmienok ustanovených prepravnými poriadkami) dopravcovi **nové príkazy** a to až do vydania zásielky,
- b) **na náhradu škody**.

11.2.6. Spotrebiteľské súťaže³⁶⁸

Spotrebiteľská súťaž na rozdiel od predchádzajúcich zmlúv nie je osobitný zmluvný typ Občianskeho zákonníka. Ide o dvojstranný prípadne viacstranný nepomenovaný zmluvný vzťah medzi vyhlasovateľom súťaže a spotrebiteľom, prípadne aj treťou osobou napr. poskytovateľom výhry.

Občiansky zákonník síce upravuje ustanovenia týkajúce sa hier a stávk (§§ 845 až 846 OZ), ktoré sa aplikujú na spotrebiteľské súťaže, tie sa týkajú iba nemožnosti vymáhať výhry zo stávk a hier. V zmysle § 845 ods. 2 OZ sa ako stávka a hra posudzuje žreb (napr. výherné stieracie žreby určené pre spotrebiteľov, v prípade, ak nakúpia tovar v stanovenej hodnote). Právna úprava stávky a hry je stručná, neobsahuje náležitosti ani práva a povinnosti takéhoto zmluvného vzťahu.

Ako uvádzajú Ondráš a Šufliarsky, právnou úpravou, ktorý sa zmieňuje o spotrebiteľských súťažiach, je zákon č. 30/2019 Z.z. o hazardných hrách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (zákon o hazardných hrách). V zmysle § 4 odsek 6 zákona o hazardných hrách **„za hazardné hry sa nepovažujú ani propagačné súťaže**, ktoré nie sú samostatnou podnikateľskou činnosťou a slúžia len na podporu predaja tovarov a služieb a pri ktorých nie je podmienkou účasti zaplatenie vkladu podľa tohto zákona. **Propagačnými súťažami** sa rozumejú súťaže, hry, ankety a iné akcie, pri ktorých účastníci určení náhodným výberom získavajú výhry a pri ktorých je podmienkou účasti zakúpenie určitého tovaru, služby alebo iného plnenia a preukázanie tohto nákupu organizátorovi

³⁶⁸Podkapitola spracovaná podľa ONDÁŠ, M., ŠUFLIARSKY, S. (Glatzová & Co.) Vybrané právne aspekty spotrebiteľských súťaží. *E-právo. sk.* (18. 11. 2021) Dostupné na <https://www.epravo.sk/top/clanky/vybrane-pravne-aspekty-spotrebiteľskych-sutazi-5258.html>

propagačnej súťaže alebo uzavretie zmluvného vzťahu s poskytovateľom výhier do propagačnej súťaže alebo účasť na propagačnej či reklamnej akcii, a to aj nepriamo prostredníctvom ďalšej osoby.“ Ide o tzv. **spotrebiteľské súťaže, kde je výherca vyberaný prevažne na základe náhody (*games of chance*)**. **Spotrebiteľské súťaže, kde je výherca vyberaný na základe svojich zručností alebo vedomostí (*games of skills*)** napr. vedomostné spotrebiteľské súťaže môžu spadať pod výnimku v zmysle § 4 ods. 5 písm. e) zákona o hazardných hrách, a tým by boli spod pôsobnosti zákona o hazardných hrách vylúčené.

Vzhľadom na to, že vzťah medzi vyhlasovateľom súťaže a súťažiteľom, je vzťah medzi podnikateľom a spotrebiteľom, na spotrebiteľské súťaže by sa mal logicky aplikovať aj ZOS, ako aj ZOSD. Ako uvádzajú vyššie spomínaní autori, oba zákony o ochrane spotrebiteľa sa vzťahujú na predaj tovaru a poskytovanie služieb, čo spotrebiteľská súťaž nepredstavuje. V prílohe č. 1 ZOS, ktorá obsahuje zoznam obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, je pod č. 19 upravená klamlivá obchodná praktika: „Tvrdenie v obchodnej praktike, že predávajúci ponúkne súťaž alebo vypíše cenu bez toho, že by opísanú cenu udelil, alebo poskytol zodpovedajúcu náhradu.“ Klamlivé obchodné praktiky sú podľa ZOS zakázané. Z uvedeného vyplýva, že spotrebiteľská súťaž je z pohľadu ZOS považovaná za určitú obchodnú praktiku predávajúceho.

Zákon č. 22/2004 Z. z. o elektronickom obchode v znení neskorších predpisov (tiež len „ZOE“) v rámci všeobecných informačných povinností poskytovateľa služieb upravuje aj túto: „Ak je pri komerčnej komunikácii súčasťou ponuky tovaru a služieb osobitná ponuka, napríklad zľava, odmena, dar, **spotrebiteľská hra alebo súťaž**, musí byť od základnej ponuky pre príjemcu služieb rozlíšiteľná, a podmienky, ktoré musia byť splnené na jej získanie alebo na účasť v nej, musia byť ľahko prístupné, zrozumiteľné a jednoznačné“ (§ 4 ods. 5 ZOE). Ústredný inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Bratislave konštatoval vo svojom rozhodnutí³⁶⁹, že predávajúci upieral právo spotrebiteľa na informácie tým, že k vyhlásenej spotrebiteľskej súťaži neuviedol žiadny štatút, ani iný dokument, ktorý by upravoval podmienky a spôsob realizácie spotrebiteľskej súťaže v zmysle § 4 ods. 5 ZOE.

Na realizáciu spotrebiteľskej súťaže nie je potrebný v zmysle našej právnej úpravy súhlas štátneho orgánu ani overenie výsledkov notárom.

³⁶⁹Rozhodnutie Ústredného inšpektorátu SOI so sídlom v Bratislave zo dňa 10. 10. 2016 č. SK/0845/99/2015, dostupné na <https://www.soi.sk/files/documents/pravoplatne-rozhodnutie/druhospustnove/2016/ui372016.pdf>

Použitá literatúra

1. DULAKOVÁ JAKÚBEKOVÁ, D., DULAK, A., JURČOVÁ, M. 2013. *Zmluvy o prevode vlastníctva. Kúpna a zámenná zmluva, spotrebiteľská kúpna zmluva, darovacia zmluva. S komentárom. 2. vydanie.* Bratislava: C.H.Beck, 2013, 576 s. ISBN 978-80-896-031-83.
2. FEKETE, I., FEKETEOVÁ, M. 2012. *Občiansky zákonník. Prehľadný komentár.* Bratislava: Epos, 2012, 1314 s., ISBN 978-80-805-797-22.
3. LAZAR, J. *Občianske právo hmotné: všeobecná časť, rodinné právo, vecné práva, dedičské právo. 2. doplnené a prepracované vydanie.* Bratislava: Iuris Libri, 2018, ISBN 978-80-89635-35-1, 698 s.
4. LAZAR, J. *Občianske právo hmotné: záväzkové právo, právo duševného vlastníctva. 2. doplnené a prepracované vydanie.* Bratislava: Iuris Libri, 2018, 660 s., ISBN 978-80-89635-35-1.
5. LAZAR, J. a kol. *Základy občianskeho práva hmotného. 2. zväzok.* Bratislava: IURA EDITION, 2000, 319 s., ISBN 80-88715-72-5.
6. MORAVČÍKOVÁ, A. Zmluva o dielo. In ŠTEVČEK, M., DULAK, A., BAJÁNKOVÁ, J., FEČÍK, J., SEDLAČKO, M., TOMAŠOVIČ, M. a kol. *Občiansky zákonník II: komentár : § 451-880. 2. vyd.* Praha: C. H. Beck, 2019, ISBN 978-80-7400-770-5, 1578 s.
7. ONDÁŠ, M., ŠUFLIARSKY, S. (Glatzová & Co.) Vybrané právne aspekty spotrebiteľských súťaží. *E-právo. sk.* (18. 11. 2021) Dostupné na <https://www.epravo.sk/top/clanky/vybrane-pravne-aspekty-spotrebitejskych-sutazi-5258.html>
8. SVOBODA, J. a kol. 1994. *Občiansky zákonník.* Bratislava: EUROUNION, 1994, 1345 s., ISBN 80-85568-38-1.
9. Právne predpisy podľa textu.
10. Rozhodnutia SOI podľa textu.