

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**OBCHODNÁ FAKULTA**

Evidenčné číslo: 102003/I/2021/36103158107229188

**JEDNOTNÝ DIGITÁLNY TRH EÚ**  
**Diplomová práca**

**2021**

**Bc. Lucia Krč-Konečná**

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**OBCHODNÁ FAKULTA**

**JEDNOTNÝ DIGITÁLNY TRH EÚ**

**Diplomová práca**

**Študijný program:** manažment medzinárodného obchodu

**Študijný odbor:** ekonómia a manažment

**Školiace pracovisko:** Katedra medzinárodného obchodu

**Vedúci záverečnej práce:** prof. Ing. Zuzana Kittová, PhD., M.B.L.-HSG

**Bratislava 2021**

**Bc. Lucia Krč-Konečná**



### **Čestné vyhlásenie**

**Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne, a že som uviedla všetku použitú literatúru.**

**Dátum:** 16.04.2021

.....  
Bc. Lucia Krč-Konečná

## **Pod'akovanie**

Chcela by som sa pod'akovať vedúcej záverečnej práce prof. Ing. Zuzane Kittovej, PhD., M.B.L.-HSG za poskytnuté odborné rady, pripomienky a čas venovaný počas písania diplomovej práce.

## **ABSTRAKT**

KRČ-KONEČNÁ, Lucia: *Jednotný digitálny trh EÚ*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra medzinárodného obchodu. – Vedúci záverečnej práce: prof. Ing. Zuzana Kittová, PhD., M.B.L.-HSG. – Bratislava: OF EU, 2021, 80s.

Cieľom záverečnej práce je zhodnotiť význam a aktuálny stav jednotného digitálneho trhu EÚ z pohľadu obchodu EÚ so zameraním na efekty už zrealizovaných opatrení v oblasti elektronického obchodovania pre podnikateľské subjekty i pre jednotlivcov členských krajín EÚ. Práca je rozdelená do piatich kapitol. Obsahuje 20 grafov, 7 tabuliek a 1 obrázok. Prvá kapitola je venovaná formovaniu jednotného digitálneho trhu EÚ. Zároveň sú v tejto kapitole charakterizované jednotlivé opatrenia, ktoré boli zrealizované v rámci prehlbovania jednotného digitálneho trhu EÚ a využitím indexu DESI je zhodnotené digitálne prostredie v EÚ. Záver prvej kapitoly sa zaoberá plánovanými opatreniami Európskej komisie v oblasti ďalšieho rozvoja jednotného digitálneho trhu EÚ. V druhej kapitole je formulovaný hlavný cieľ a čiastkové ciele k jeho dosiahnutiu. Tretia kapitola obsahuje metodiku a metódy skúmania, ktoré sme použili pri písaní záverečnej práce. Štvrtá kapitola prezentuje výsledky práce, ktoré sa zaoberajú elektronickým obchodom z pohľadu podnikov i jednotlivcov z EÚ. Ďalej sa táto časť zaoberá aj vplyvom jednotlivých opatrení na elektronický obchod a jeho bariéry. Piata kapitola predstavuje diskusiu.

## **Kľúčové slová:**

Jednotný digitálny trh, Európska únia, elektronické obchodovanie, cezhraničný obchod, opatrenia EÚ

## **ABSTRACT**

KRČ-KONEČNÁ, Lucia: *Digital Single Market of the EU*. – The University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of International Trade. – Advisor: prof. Ing. Zuzana Kittová, PhD., M.B.L.-HSG. – Bratislava: OF EU, 2021, 80 p.

The aim of the master thesis is to evaluate the importance and current state of the EU Digital Single Market from the perspective of EU trade, focusing on the effects of already implemented measures in the field of e-commerce for businesses and individuals of EU member states. The work is divided into five chapters. It contains 20 graphs, 7 tables and 1 picture. The first chapter is devoted to the formation of the EU Digital Single Market. At the same time, this chapter describes the individual measures that have been implemented as part of the deepening of the EU Digital Single Market and by using the DESI index the digital environment in the EU is evaluated. The conclusion of the first chapter deals with the planned measures of the European Commission in the field of further development of the EU Digital Single Market. The second chapter formulates the main goal and sub-goals to achieve it. The third chapter contains the methodology and research methods that we used while writing the final thesis. The fourth chapter presents the results of work that deals with e-commerce from the perspective of businesses and individuals from the EU. Furthermore, this section also deals with the impact of individual measures on e-commerce and its barriers. The fifth chapter presents the discussion.

### **Key words:**

Digital Single Market, European Union, e-commerce, cross-border trade, measures of the EU

## OBSAH

|                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Úvod .....</b>                                                          | <b>11</b> |
| <b>1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....</b>        | <b>13</b> |
| 1.1 Jednotný digitálny trh EÚ a proces jeho formovania.....                | 14        |
| 1.2 Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe (2015).....              | 16        |
| 1.3 Dosiahnuté výsledky v oblasti jednotného digitálneho trhu .....        | 17        |
| 1.3.1 Geografické blokovanie .....                                         | 17        |
| 1.3.2 5G sieť .....                                                        | 19        |
| 1.3.3 Jednotná digitálna brána.....                                        | 21        |
| 1.3.4 Prístup k otvorenému internetu a roaming za cenu domácich služieb .. | 22        |
| 1.3.5 Všeobecné nariadenie o ochrane údajov .....                          | 23        |
| 1.3.6 Akt o kybernetickej bezpečnosti EÚ .....                             | 23        |
| 1.3.7 Zlepšenie spotrebiteľského práva.....                                | 24        |
| 1.3.8 Pravidlá posielania balíkov .....                                    | 25        |
| 1.4 Hodnotenie digitálneho prostredia EÚ .....                             | 26        |
| 1.5 Stratégia „Európa pripravená na digitálny vek“.....                    | 31        |
| 1.5.1 Technológia v službách človeka.....                                  | 32        |
| 1.5.2 Spravodlivé a konkurencieschopné digitálne hospodárstvo.....         | 34        |
| 1.5.3 Otvorená, demokratická a udržateľná digitálna spoločnosť.....        | 35        |
| <b>2 Cieľ práce.....</b>                                                   | <b>37</b> |
| <b>3 Metodika práce a metódy skúmania.....</b>                             | <b>38</b> |
| <b>4 Výsledky práce.....</b>                                               | <b>39</b> |
| 4.1 Elektronický obchod z pohľadu podnikov v EÚ.....                       | 39        |
| 4.1.1 Prekážky elektronického obchodu z pohľadu podnikov .....             | 43        |
| 4.2 Elektronický obchod z pohľadu jednotlivcov EÚ .....                    | 46        |
| 4.2.1 Prekážky elektronického obchodu vnímané jednotlivcami.....           | 51        |

|          |                                                                                    |           |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3      | Elektronický obchod v Slovenskej republike.....                                    | 52        |
| 4.4      | Opatrenia EÚ pre podporu elektronického obchodu.....                               | 58        |
| 4.5      | Čína ako líder v elektronickom obchode .....                                       | 63        |
| 4.6      | Vplyv pandémie COVID-19 na elektronické obchodovanie v Európe v roku 2020<br>..... | 66        |
| <b>5</b> | <b>Diskusia .....</b>                                                              | <b>67</b> |
|          | <b>Záver .....</b>                                                                 | <b>71</b> |
|          | <b>Zoznam použitej literatúry .....</b>                                            | <b>74</b> |

## Zoznam tabuliek, grafov a obrázkov

### Tabuľky:

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabuľka č. 1: Pripojenie na internet .....                                     | 27 |
| Tabuľka č. 2: Ľudský kapitál .....                                             | 28 |
| Tabuľka č. 3: Využívanie internetových služieb .....                           | 29 |
| Tabuľka č. 4: Integrácia digitálnych technológií .....                         | 30 |
| Tabuľka č. 5: Digitálne verejné služby .....                                   | 30 |
| Tabuľka č. 6: Podiel podnikov na Slovensku s elektronickým obchodom (v %)..... | 53 |
| Tabuľka č. 7: Krajiny podľa hodnoty elektronického obchodu (v mld. USD).....   | 64 |

### Grafy:

|                                                                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Graf č. 1: Podniky EÚ obchodujúce elektronicky (v %) .....                                                                                                | 40 |
| Graf č. 2: Priemerný podiel obratu podnikov z elektronického obchodu na celkovom obrate (v %) .....                                                       | 41 |
| Graf č. 3: Priemerný podiel podnikov v EÚ s elektronickým obchodom vo vlastnej krajine, ostatných členských krajinách EÚ a 3. krajinách sveta (v %) ..... | 43 |
| Graf č. 4: Najvýznamnejšie prekážky cezhraničného elektronického obchodu v EÚ podľa podnikov obchodujúcich elektronicky (v %).....                        | 44 |
| Graf č. 5: Najvýznamnejšie prekážky cezhraničného elektronického obchodu v EÚ podľa podnikov neobchodujúcich elektronicky (v %) .....                     | 45 |
| Graf č. 6: Znalosti o právach spotrebiteľov v krajinách EÚ (% maloobchodníkov).....                                                                       | 46 |
| Graf č. 7: Podiel jednotlivcov v EÚ nakupujúcich elektronicky (v %) .....                                                                                 | 47 |
| Graf č. 8: Podiel jednotlivcov nakupujúcich elektronicky u predajcov v domácej krajine v roku 2020 (v %) .....                                            | 48 |
| Graf č. 9: Podiel jednotlivcov EÚ nakupujúcich elektronicky u predajcov v ostatných členských krajinách EÚ od roku 2010 do roku 2020 (v %).....           | 48 |
| Graf č. 10: Podiel jednotlivcov nakupujúcich elektronicky v ostatných členských krajinách EÚ okrem domácej v roku 2020 (v %) .....                        | 49 |
| Graf č. 11: Podiel jednotlivcov nakupujúcich elektronicky v tretích krajinách (v %) .....                                                                 | 50 |
| Graf č. 12: Vynaložené peňažné prostriedky na online nákupy jednotlivcov v EÚ v prvom kvartáli roku 2020 (v %).....                                       | 50 |

|                                                                                                                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Graf č. 13: Prekážky, s ktorými sa stretávajú jednotlivci počas online nákupu (% jednotlivcov, ktorí nakúpili za daný rok tovar alebo služby online) .....                                                            | 51 |
| Graf č. 14: Dôvody jednotlivcov v EÚ, pre ktoré nevyužívajú online nákup tovarov v rokoch 2017 a 2019 (% jednotlivcov).....                                                                                           | 52 |
| Graf č. 15: Podiel podnikov v SR obchodujúcich elektronicky na celkovom počte podnikov v rokoch 2010 - 2019 (v %) .....                                                                                               | 53 |
| Graf č. 16: Podiel jednotlivcov v SR nakupujúcich tovary alebo služby elektronicky v rokoch 2010 – 2020 (v %) .....                                                                                                   | 54 |
| Graf č. 17: Vynaložené peňažné prostriedky na online nákupy v prvom kvartáli roku 2020 (% jednotlivcov zo SR, ktorí nakúpili tovar elektronicky).....                                                                 | 55 |
| Graf č. 18: Prekážky, s ktorými sa stretávajú jednotlivci v Slovenskej republike počas elektronického nákupu v rokoch 2017 a 2019 (% jednotlivcov zo SR, ktorí nakúpili za daný rok tovary alebo služby online) ..... | 56 |
| Graf č. 19: Dôvody jednotlivcov SR, pre ktoré nevyužívajú online nákup tovarov alebo služieb v rokoch 2017 a 2019 (v %) .....                                                                                         | 57 |
| Graf č. 20: Podiel jednotlivcov v SR, ktorí nakúpili cez internet v domácej krajine, v ostatných krajinách EÚ a v tretích krajinách sveta (v %).....                                                                  | 58 |

## **Obrázky:**

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Obrázok č. 1: Index digitálnej ekonomiky a spoločnosti..... | 27 |
|-------------------------------------------------------------|----|

# Úvod

Základy vnútorného trhu EÚ sa začali klásť už v 50. rokoch, kedy sa začala formovať dnešná EÚ. Postupne sa vytvoril vnútorný trh, ktorý poznáme dnes. Predstavuje priestor, tvorený členskými štátmi EÚ, jeho obyvateľmi a podnikmi, ktorý by im mal zabezpečovať slobodný prístup k tovarom, službám, pracovným miestam, podnikaniu, kapitálu a platbám. Dôležité je jeho prehĺbovanie a zlepšovanie, aby z neho mohli čerpať jednotlivci i podniky stále väčšie výhody. Dôležitým krokom je aj formovanie jednotného digitálneho trhu EÚ, ktorý prináša mnohé príležitosti rastu celej EÚ.<sup>1</sup>

Význam jednotného digitálneho trhu EÚ môžeme definovať nasledovne: „*vd'aka elektronickému obchodu a elektronickej verejnej správe podporuje hospodárstvo, znižuje vplyv na životné prostredie a zvyšuje kvalitu života.*“<sup>2</sup> V súčasnosti patrí budovanie digitálnej EÚ ako celku k najvýznamnejším prioritám Európskej komisie. Jej cieľom je odstraňovať prekážky, s ktorými sa stretávajú jednotlivci i podniky v digitálnom prostredí, zabezpečovať ochranu každému, kto sa v tomto prostredí nachádza, a mnohé ďalšie úlohy, ktoré prispievajú k lepšej a prepojenejšej EÚ.

Diplomová práca sa venuje problematike jednotného digitálneho trhu v EÚ. Hlavným cieľom záverečnej práce je zhodnotiť význam a aktuálny stav jednotného digitálneho trhu EÚ z pohľadu obchodu EÚ so zameraním na efekty už zrealizovaných opatrení v oblasti elektronického obchodovania pre podnikateľské subjekty i pre jednotlivcov členských krajín EÚ. Práca sa skladá z úvodu, piatich kapitol a záveru.

V prvej kapitole sa sústreďujeme na teoretické poznatky z oblasti jednotného digitálneho trhu EÚ. Najprv sa zameriavame na vznik a formovanie jednotného digitálneho trhu EÚ, venujeme sa dokumentu Stratégia pre jednotný digitálny trh EÚ, ktorý bol významným míľnikom pre formovanie jednotného digitálneho trhu EÚ. Potom identifikujeme zrealizované opatrenia EÚ v rámci budovania jednotného digitálneho trhu. Využívame index DESI na hodnotenie digitálneho prostredia v EÚ. V závere prvej kapitoly

---

<sup>1</sup> EURÓPSKY PARLAMENT. *The Internal Market. General Principles* [online]. 2021 [cit. 2021-04-07]. Dostupné na: [https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/en/FTU\\_2.1.1.pdf](https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/en/FTU_2.1.1.pdf)

<sup>2</sup> EURÓPSKY PARLAMENT. *Všadeprítomný digitálny jednotný trh* [online]. 2021 [cit. 2021-04-07]. Dostupné na: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/sk/sheet/43/vsadepritomny-digitalny-jednotny-trh>

sa zameriavame na budúce priority EÚ v rámci zlepšovania a prehĺbovania jednotného digitálneho trhu EÚ.

Druhá kapitola je tvorená formuláciou hlavného cieľa a čiastkových cieľov, ktorých naplnením sa dosiahne hlavný cieľ.

V tretej kapitole definujeme metodiku a metódy skúmania použité pri spracovaní záverečnej práce.

Štvrtá kapitola obsahuje výsledky práce, v ktorých sa zameriavame na hodnotenie elektronického obchodu z pohľadu podnikov i jednotlivcov EÚ. Hodnotíme prínosy prijatých opatrení v oblasti zlepšovania a zjednodušovania elektronického obchodu, približujeme elektronický obchod v Číne, ktorá má dominantné postavenie v oblasti elektronického obchodu vo svete, s cieľom formulovať odporúčania pre zlepšenie fungovania jednotného digitálneho trhu EÚ, a zameriavame sa i na vplyv pandémie COVID – 19 na stav elektronického obchodu v EÚ.

V poslednej piatej kapitole je obsiahnutá diskusia a v závere diplomovej práce sumarizujeme hlavné dosiahnuté výsledky a závery práce.

# 1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

V súčasnej dobe digitalizácie a zdokonaľovania informačno-komunikačných technológií môžeme v čoraz väčšej miere pozorovať potrebu zapracovania inovácií do každodenných činností obyvateľov EÚ, ktoré by im uľahčili život. Na druhej strane je potrebné i regulovať činnosti v online priestore a nastaviť jednotné pravidlá, ktoré platia pre každého. A aj na základe tohto vznikla myšlienka digitalizácie jednotného trhu EÚ.

Jednotný digitálny trh predstavuje rozšírenie jednotného trhu o digitálnu slobodu, vzhľadom na rozvoj spoločnosti a digitálneho sveta. Jednotný trh je výsledkom niekoľkých implementačných fáz, pričom sa na začiatku označoval ako spoločný trh, neskôr ako vnútorný, až po dnešné označenie jednotný trh EÚ. Základnou myšlienkou bolo vytvoriť prostredie pre voľný pohyb tovarov, služieb, kapitálu a pracovnej sily. Vznikol ako výsledok pozitívnej a negatívnej integrácie. Negatívna integrácia predstavuje elimináciu tarifných i netarifných prekážok na trhu s cieľom zjednodušiť obchod medzi členskými krajinami, pričom sa dbá na dodržiavanie spravodlivej hospodárskej súťaže. Pozitívna integrácia sa vzťahuje na vytváranie nových spoločných politík pre viacero štátov, ktoré slúžia ako náhrada pre národné politiky. Proces pozitívnej integrácie je zložitejší a jej cieľom je riešiť spoločné problémy a odstraňovať rozdiely medzi trhmi daných krajín.<sup>3</sup> Jednotný trh EÚ je výsledkom stierania štátnych hraníc s cieľom vytvoriť konkurenčné prostredie postavené na štyroch slobodách.

Jednotný digitálny trh EÚ a jednotný trh EÚ nie sú identické, ale v mnohých oblastiach sa prekrývajú. Obidva sú založené na slobode pohybu, ale jednotný trh nezahŕňa zmeny, ktoré predstavuje rozvoj IKT a tiež sa s ním spája reálny skutočný priestor. Naopak, pre jednotný digitálny trh je charakteristický digitálny priestor. Hranica medzi týmito priestormi v súčasnosti nie je tak jednoznačná, a to vďaka technologickým inováciám ako napr. internet vecí či elektronický obchod.<sup>4</sup>

Myšlienka jednotného digitálneho trhu predstavuje vo všeobecnosti priestor EÚ bez digitálnych bariér, pričom je umožnené spotrebiteľom porovnávať a vyberať si z tovarov z celej EÚ, mať prístup k digitálnej zábave, k informáciám, digitálnemu bankovníctvu

---

<sup>3</sup> BALÁŽ, Peter et al. *Medzinárodné podnikanie*. Bratislava: Sprint 2, 2019, 304 s. ISBN 978-80-89710-51-5.

<sup>4</sup> MĂRCUȚ, Mirela. *Crystalizing the EU Digital Policy: An Exploration into the Digital Single Market*. Springer International Publishing, 2017, 217 s. ISBN: 978-3-319-69226-5, 978-3-319-69227-2

a finančným produktom z celej EÚ, zabezpečiť malým a stredným podnikom ľahší prístup na trhy EÚ cez online platformy a mnohé iné.<sup>5</sup>

## 1.1 Jednotný digitálny trh EÚ a proces jeho formovania

Dnešná digitálna doba je charakteristická najmä rýchlym tempom zmien a vývojom technológií, ktoré vplývajú na jednotlivcov, ale aj spoločnosť ako celok vo všetkých oblastiach života. Príkladom sú digitálne zručnosti, ktoré sú dnes vyžadované takmer všade, niektoré pracovné pozície si vyžadujú využívanie týchto schopností pri plnení až 90 % úloh, vznikajú nové pracovné pozície, ale niektoré i zanikajú. Správne využitie nových technológií podnikmi umožňuje úsporu nákladov automatizáciou niektorých procesov i zvýšenie výnosov online predajom vo viacerých krajinách EÚ. Digitalizovanie výroby by malo EÚ priniesť 1,25 bilióna EUR do roku 2025 a každoročne by HDP EÚ prinieslo 415 miliárd EUR, ak by bol vytvorený fungujúci jednotný digitálny trh EÚ.<sup>6</sup>

EÚ sa v rámci svojho územia 27 členských štátov snaží vytvoriť také prostredie a podmienky, ktoré by odstránili regulačné bariéry v oblasti využívania digitálnych služieb a online technológií. Európska komisia definuje jednotný digitálny trh ako „*sektor zahŕňajúci digitálny marketing, elektronický obchod a telekomunikácie, ucelený priestor, v ktorom môžu ľudia a podniky obchodovať, inovovať a spolupracovať legálne, bezpečne a za prijateľnú cenu, čo im uľahčuje život.*“<sup>7</sup>

Jednotný digitálny trh je definovaný v dokumente Stratégia pre jednotný digitálny trh pre Európu (2015) ako trh, „*v rámci ktorého je zabezpečený voľný pohyb tovaru, osôb, služieb a kapitálu a v rámci ktorého môžu jednotlivci a podniky bezproblémovo využívať a vykonávať online činnosti podľa pravidiel spravodlivej hospodárskej súťaže a s vysokou úrovňou ochrany osobných údajov a spotrebiteľov bez ohľadu na ich štátnu príslušnosť*“

---

<sup>5</sup> JEŽOVÁ, Daniela. Eu Digital Single Market – Are We There yet? In *AD ALTA: journal of interdisciplinary research*. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2017, roč. 7, č. 2, 99-102 s. ISSN 2464-6733

<sup>6</sup> EURÓPSKA RADA. *Digitálny jednotný trh pre Európu* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné na: <https://www.consilium.europa.eu/sk/policies/digital-single-market/>

<sup>7</sup> EURÓPSKY PARLAMENT. *EÚ a jednotný digitálny trh* [online]. 2017. [cit. 2020-05-29]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/webpub/com/factsheets/digital/sk/#what-is-digital-single-market>

alebo miesto pobytu.“<sup>8</sup> Myšlienka digitalizácie jednotného trhu EÚ vznikla už v polovici 90. rokov. V roku 2010 vyšiel dokument Európskej komisie s názvom Stratégia Európa 2020, v ktorom bola prvýkrát zahrnutá agenda digitalizácie.<sup>9</sup>

V oblasti budovania digitálnej spoločnosti bolo v dokumente Stratégia Európa 2020 identifikované, že Európa by do roku 2020 mala zvýšiť podiel podnikov na trhu s informačno-komunikačnými technológiami a zlepšiť internetové vysokorýchlostné pripojenie, najmä vo vidieckych častiach, pretože internet je dôležitý pre zabezpečenie inovatívnej Európy. Cieľom iniciatívy Digitálny program pre Európu je zabezpečiť vytvorenie takého jednotného digitálneho trhu, ktorý bude prínosom v oblasti hospodárskej i sociálnej, založeného na vytvorení:

- do roku 2013: superrýchleho internetového pripojenia, interoperabilných aplikácií a širokopásmového internetového pripojenia,
- do roku 2020: prístupu domácností k internetovému pripojeniu s rýchlosťou 30 Mbps a viac, z čoho je treba zabezpečiť rýchlosť internetu nad 100 Mbps pre najmenej 50 % európskych domácností.

Európska komisia určila úlohy v rámci digitálnej agendy, s ktorými sa budú musieť vysporiadať členské štáty EÚ jednotlivo, a ktoré sa bude Komisia snažiť zabezpečiť na úrovni EÚ. Úlohou členských štátov EÚ bolo do roku 2020 vypracovať operatívne stratégie týkajúce sa vysokorýchlostného internetového pripojenia, zamerané na financovanie z verejných prostriedkov (i štrukturálnych fondov) tých oblastí, ktorým nie je umožnené získať financie zo súkromných investícií v plnej výške.<sup>10</sup>

Ďalším krokom k dosiahnutiu jednotného digitálneho trhu bolo oznámenie komisie v máji 2010 o digitálnej agende pre Európu, ktoré sa venovalo výhodám z digitalizácie ako súčasť nového jednotného trhu. Zároveň bolo vydané ďalšie oznámenie, ktoré hovorilo o zriadení novej legislatívy v podobe Aktu o jednotnom trhu. Prijatím tohto dokumentu by

---

<sup>8</sup> OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: *Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe* [online]. Brusel: 2015. [cit. 2020-05-30]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/SK/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192#document1>

<sup>9</sup> JEŽOVÁ, Daniela. *EU Digital Single Market – Are we there yet?*. In *Journal of Interdisciplinary Research*. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2017, s 99-102. ISSN 2464-6733

<sup>10</sup> *Oznámenie komisie, Stratégia 2020: Stratégia na zabezpečenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu*. [online]. Brusel: 2010. [cit. 2020-07-02]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:SK:PDF>

sa využili rastové príležitosti, ktoré ponúka digitálna ekonomika, sektor služieb a príležitosti v oblasti životného prostredia a klimatických zmien.<sup>11</sup>

V roku 2012 bolo vydané ďalšie oznámenie, ktoré sa týkalo elektronického obchodu a online služieb. Identifikovalo sa 5 prekážok, ktoré bránili vzniku jednotného digitálneho trhu do roku 2015, a ktorých riešenie sa zároveň stalo prioritou. Išlo o:

- nedostatočné poskytovanie legálnych cezhraničných online služieb,
- nedostatok informácií pre prevádzkovateľov online služieb a nedostatok ochrany používateľov internetu,
- nedostatočné platobné a doručovacie systémy,
- existenciu množstva ťažko riešiteľných prípadov zneužívania a sporov,
- nedostatočné využívanie vysokorýchlostných komunikačných sietí a hi-tech riešení.

V novembri 2012 vydala Komisia druhé oznámenie o Akte o jednotnom trhu, v ktorom boli identifikované ďalšie problémy týkajúce sa právnych predpisov, frekvenčného spektra, telekomunikácií a autorských práv.<sup>12</sup>

## 1.2 Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe (2015)

V roku 2015 vydala Európska komisia dokument s názvom Stratégia pre jednotný digitálny trh EÚ. Dokument predstavuje Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov, v ktorom je zdôvodnená potreba jednotného trhu v digitálnej oblasti a sú definované tri piliere, na ktorých bude táto stratégia postavená.

V dnešnej dobe veľkého vplyvu informačno-komunikačných technológií na všetky oblasti našich životov, ktoré so sebou prinášajú i veľké množstvo zmien, vznikla potreba ich regulácie aj so strany EÚ. Členské štáty riešili tieto úskalia na národnej úrovni, ale boli obmedzované a nemohli naplno využívať príležitosti, ktoré sa im ponúkali. Taktiež vytvorenie jednotného digitálneho trhu môže napomôcť EÚ udržať si vedúcu pozíciu

---

<sup>11</sup> OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: „Digitálna agenda pre Európu“ [online]. Brusel: 2010. [cit. 2020-11-02]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:SK:PDF>

<sup>12</sup> JEŽOVÁ, Daniela. *EU Digital Single Market – Are we there yet?*. In *Journal of Interdisciplinary Research*. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2017, s 99-102. ISSN 2464-6733

v digitálnom hospodárstve, čo bude mať priaznivý dopad na úspešnosť európskych podnikov.<sup>13</sup>

Podľa dokumentu Stratégia pre jednotný digitálny trh EÚ je budovanie jednotného digitálneho trhu postavené na týchto 3 pilieroch:

- online tovary a služby prístupnejšie pre spotrebiteľov a podniky Európy,
- vytvorenie vhodného prostredia pre rozvoj a zdokonaľovanie digitálnych sietí a služieb,
- maximalizovanie rastu digitálneho hospodárstva v Európe.<sup>14</sup>

### 1.3 Dosiahnuté výsledky v oblasti jednotného digitálneho trhu

Európska komisia v rokoch 2014 - 2019 uzatvorila 28 z 30 legislatívnych návrhov a o 2 návrhoch prebiehajú rokovania. Na základe týchto návrhov bola vytvorená Európa, ktorá je digitálne prepojená vďaka začatiu budovania 5G siete, lepšej koordinovanej spolupráce medzi štátmi EÚ a zriadeniu jednotnej digitálnej brány. Taktiež sa počas mandátu tejto Komisie podarilo odstrániť niektoré bariéry obchodu pre podniky i spotrebiteľov v oblasti poskytovania audiovizuálnych služieb, zrušili sa roamingové príplatky a digitálne obchodovanie sa začalo riadiť novými pravidlami, ktorými bolo zrušené geografické blokovanie, prišlo k zlepšeniu spotrebiteľského práva, vytvorili sa pravidlá, ktorými sa riadi posielanie balíkov, zlepšilo sa poskytovanie digitálnych služieb a zároveň EÚ vo väčšej miere začala boj proti dezinformáciám. EÚ investuje do umelej inteligencie, superpočítačov, robotiky a vznikol dokument Akt o kybernetickej bezpečnosti.<sup>15</sup>

#### 1.3.1 Geografické blokovanie

Geografické blokovanie, resp. geo-blocking predstavuje také neoprávnené postupy, ktoré praktizujú online obchodníci voči zákazníkom s inou štátnou príslušnosťou, bydliskom

---

<sup>13</sup> OZNÁMENIE KOMISIE európskemu parlamentu, rade, európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe [online]. Brusel: 2015. [cit. 2020-05-30]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/SK/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192#document1>

<sup>14</sup> EURÓPSKA KOMISIA. Jednotný digitálny trh pre Európu: Komisia stanovuje 16 iniciatív na jeho realizáciu [online]. Brusel: 2015. [cit. 2020-07-02]. Dostupné na: [http://www.informatizacia.sk/ext\\_dok-tlacova-sprava-k-sprijatiu-strategie-dsm/20560c](http://www.informatizacia.sk/ext_dok-tlacova-sprava-k-sprijatiu-strategie-dsm/20560c)

<sup>15</sup> ÚRAD PODPREDESEDU VLÁDY SR PRE INVESTÍCIE A INFORMATIZÁCIU. Informatizácia: Jednotný digitálny trh – základné informácie [online]. [cit. 2020-06-15]. Dostupné na: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/jednotny-digitalny-trh/jednotny-digitalny-trh/index.html>

alebo sídlom. Obchodníci často odmietajú prístup na webové stránky z inej členskej krajiny, prípadne prístup je povolený, ale dokončenie objednávky nie je umožnené, či zaplatenie vyžaduje kreditnú alebo debetnú kartu z konkrétnej krajiny. Predmetom geografického blokovania je aj offline predaj, pri ktorom je diskriminovaný zákazník z iného členského štátu tým, že mu nie je povolený prístup k produktom alebo službám, alebo sú mu ponúknuté iné obchodné podmienky podľa štátnej príslušnosti či bydliska.<sup>16</sup>

Geografické blokovanie upravuje Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/302 o riešení neodôvodneného geografického blokovania a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na vnútornom trhu. Cieľom nariadenia je sprístupniť viac príležitostí ako pre podniky, tak aj pre spotrebiteľov na trhu EÚ. Prioritou sú hlavne problémy zákazníkov, ktorí sú obmedzovaní v nákupe z iných členských krajín, pretože sú inej štátnej príslušnosti, majú iné bydlisko alebo sídlo, čím dochádza k ich diskriminácii.<sup>17</sup>

V nariadení je upravené geografické blokovanie prístupu z inej krajiny EÚ k online rozhraniu, tovaru a službám, diskriminácia týkajúca sa platieb a dohoda o pasívnom predaji v inej členskej krajine EÚ. Obchodník na základe nariadenia nesmie:

- obmedzovať, brániť či inak komplikovať zákazníkovi na základe ich štátnej príslušnosti, miesta bydliska a sídla, prístup na webové stránky obchodníka (takéto správanie je povolené iba v prípade národného práva členského štátu alebo práva EÚ),
- využívať rozdielne webové stránky podľa toho, akej štátnej príslušnosti je zákazník, aké je jeho bydlisko či sídlo, pričom je takéto konanie povolené iba v prípade, ak zákazník udelí súhlas obchodníkovi,
- aplikovať na zákazníkov viaceré všeobecné obchodné podmienky pri doručení alebo vyzdvihnutí zásielky v inom členskom štáte podľa ich štátnej príslušnosti, bydliska a sídla, ak takúto službu obchodník ponúka,
- na zákazníkov, ktorým poskytuje elektronické i iné ako elektronické služby, uplatňovať rôzne všeobecné obchodné podmienky podľa ich štátnej príslušnosti,

---

<sup>16</sup> COMPETITION AND CONSUMER PROTECTION COMMISSION. *Geo-blocking: What do you need to know* [online]. [cit. 2020-06-19]. Dostupné na: <https://www.ccpc.ie/business/wp-content/uploads/sites/3/2018/12/Geo-blocking-Guide.pdf>

<sup>17</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Geo-blocking FAQ* [online]. 2019. [cit. 2020-06-15]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/faq/geo-blocking-faq>

bydliska a sídla (týka sa to najmä diel chránených autorským zákonom, ich predaj, používanie a prístup k nim),

- používať odlišné platobné podmienky pri realizácii platobnej transakcie podľa štátnej príslušnosti, bydliska alebo sídla zákazníka, a zároveň sa obchodníkovi zakazuje diskriminovať zákazníkov na základe toho, v ktorej krajine má založený účet, v akej inštitúcii, akú formu elektronickej úhrady zvolí a v akej mene transakcia prebehne, ak je vopred zrejmé, že predajca túto menu akceptuje.<sup>18</sup>

### 1.3.2 5G sieť

Telekomunikačný systém piatej generácie alebo 5G sieť je jedným z najdôležitejších stavebných prvkov, na ktorých bude postavené európske hospodárstvo a spoločnosť v nasledujúcom desaťročí. Odhaduje sa, že každoročne by v odvetviach ako zdravotníctvo, doprava, energetika a automobilový priemysel prišlo ku globálnej pridanej hodnote viac ako 500 bil. EUR.<sup>19</sup>

Európska komisia a 5G PPP<sup>20</sup> v rámci Svetového mobilného kongresu uviedli využitie 5G siete v jednotlivých hospodárskych odvetviach:<sup>21</sup>

- **Inteligentné továrne**

V súčasnosti sa výrobcovia v oblasti inteligentných tovární zameriavajú na zvyšovanie efektívnosti výroby na základe spolupráce novej generácie robotov, využívajú údaje o životnom cykle produktu z pripojených produktov a efektívnejšie zbierajú údaje v rámci tovární. 5G siete by mali zabezpečiť, že prepojenie medzi výrobcami a ostatnými aktérmi reťazca bude prebiehať bez výrazných problémov, v reálnom čase a bezpečne.

---

<sup>18</sup> NARIADENIE EURÓPSKEJ KOMISIE A RADY (EÚ) 2018/302 o riešení neodôvodneného geografického blokovaní a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na vnútornom trhu, ktorým sa menia nariadenia (ES) č. 2006/2004 a (EÚ) 2017/2394 a smernica 2009/22/ES [online]. 2018. [cit. 2020-06-19]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018R0302&from=EN#d1e907-1-1>

<sup>19</sup> EUROPEAN COMMISSION. 5G for Europe's Digital and Green Recovery [online]. 2019. [cit. 2020-06-19]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/5g-europes-digital-transformation-brochure>

<sup>20</sup> Predstavuje spojenie expertov z oblasti telekomunikačného a IT sektora, spoločností a organizácií, ktoré sú zainteresované v budovaní 5G siete

<sup>21</sup> 5G-PPP. 5G empowering vertical industries: 5G vertical sectors [online]. 2016. [cit. 2020-06-19]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=14322](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=14322)

- **Automobilový priemysel**

Využitie 5G sietí v oblasti automobilového priemyslu je najmä v pokročilých asistenčných systémoch pre vodiča a mali by prispieť k rozvoju úplného autonómneho riadenia vozidiel. Výsledkom využívania 5G sietí v tejto oblasti by malo byť zníženie smrteľnej nehodovosti, menej dopravných zápch a preťažených miest, ale aj viac obchodných príležitostí a menej záťaže pre životné prostredie. Zavedenie 5G siete by umožnilo vzniknúť mnohým aplikáciám, ktorých implementácia v dnešných podmienkach komunikačných technológií nie je možná, napr. by vozidlo mohlo byť riadené pomocou telefónu a diaľkového vodiča v miestach, kde nie je aplikovateľná vysoko automatická jazda. Okrem automatizovaného riadenia vozidla je využitie 5G siete aj v zdieľaní pohľadu a pohľadu z vtáčej perspektívy, digitalizácii dopravy a logistiky a v informovanej spoločnosti na cestách.

- **Zdravotníctvo**

Predpokladá sa, že v Európe bude podiel zdravotníctva na HDP v budúcnosti rásť, pričom dnes tvorí 9-10 % HDP. A preto je výzvou pre vlády EÚ, aby sa tento rozpočet nezvyšoval, k čomu by mali pomôcť nové technológie, ako je zavedenie 5G sietí. Elektronické zdravotníctvo a m-zdravotníctvo by mali byť jedným z nástrojov na znižovanie nákladov. Ich problémom ale je, že v praxi sa zavádzajú pomalým tempom a v prípade m-zdravotníctva je prekážkou nedostatočný prístup obyvateľov EÚ na internet prostredníctvom ich mobilných telefónov. 5G umožní okrem rozšírenia pokrytia i zavedenie tzv. „personalizovanej medicíny“, ktorej podstatou je prístup zameraný na pacienta, vďaka čomu bude pacient schopný prevziať kontrolu nad starostlivosťou v súlade so svojimi vnímanými potrebami. Pokrok v oblasti „personalizovanej starostlivosti“ by mal tiež prispieť k zníženiu vedľajších účinkov liečiv a ich spotreby, čím by sa mala zvýšiť aj ich účinnosť. Využitie 5G siete je i v zvýšení kvality chirurgov, ktorí by mohli využívať operačných robotov odkiaľkoľvek.

- **Energetický priemysel**

Fyzická infraštruktúra v energetike bude potrebovať, aby energia prúdila obojsmerne, čo bude vyžadovať nové komunikačné technológie, informácie, obchodné modely a štruktúru trhu. Pri dosahovaní tohto cieľa budú potrebné nové inteligentné siete ako 5G siete, ktoré budú dôležité pre budovanie prístupových sietí, sietí pri spätnom toku energie a hlavnej, centrálnej siete.

- **Oblasť médií a zábavy**

Požiadavky používateľov sa v sektore médií a zábavy neustále zvyšujú. Jedná sa o typ poskytovanej služby, podmienky jej používania i zariadenia. 5G sieť sa v tejto oblasti využije najmä pri integrácii sieťových technológií, vytváraní udržateľných obchodných modelov pre aplikácie, zariadenia i poskytovateľov služieb, a zároveň i pre ďalšiu inováciu zariadení a služieb.

Európska komisia podporuje medzinárodnú spoluprácu v oblasti 5G siete prostredníctvom vzájomnej štandardizácie a harmonizácie. Aby sa zabezpečilo správne fungovanie siete, je potrebná účinnejšia technológia, ktorej vývoj je budovaný na spoločnej definícii 5G siete, štandardov a charakteristike služieb. EÚ spolupracuje v oblasti 5G s Brazíliou, Čínou, Japonskom a Južnou Kóreou, s ktorými má podpísané spoločné vyhlásenie. USA a India má tiež zavedenú spoluprácu a s Taiwanom ide o neformálnu kooperáciu v tejto oblasti.<sup>22</sup>

### 1.3.3 Jednotná digitálna brána

V rámci budovania jednotného digitálneho trhu EÚ v decembri 2018 nadobudlo účinnosť nariadenie, ktorým sa zriadila jednotná digitálna brána. Nariadenie je záväzné v plnom rozsahu a priamo uplatniteľné v krajinách EÚ.<sup>23</sup>

Význam zriadenia jednotnej digitálnej brány spočíva v tom, že občania ktoréhokoľvek štátu EÚ budú mať online prístup k informáciám, postupom a asistenčným službám iného členského štátu prostredníctvom vyhľadávania informácií na portáli „Vaša Európa“. V decembri 2020 bol tento portál uvedený do prevádzky a obyvatelia EÚ by tak mali mať prístup k spoľahlivým a kvalitným informáciám o vnútroštátnych a EÚ pravidlách, mali by mať k dispozícii administratívne postupy členských štátov a možnosť využívať asistenčné služby EÚ a členských štátov, ktoré budú občanom pomáhať riešiť ich problémy. Monitorovanie kvality poskytovaných informácií a služieb bude prebiehať prostredníctvom spätnej väzby od jej užívateľov.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> EUROPEAN COMMISSION. *International cooperation on 5G* [online]. 2019. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/5G-international-cooperation>

<sup>23</sup> MINISTERSTVO INVESTÍCIÍ, REGIONÁLNEHO ROZVOJA A INFORMATIZÁCIE SLOVENSKEJ REPUBLIKY. *Informatizácia: Jednotná digitálna brána* [online]. [cit. 2020-09-14]. Dostupné na: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/jednotny-digitalny-trh/jednotna-digitalna-brana/index.html>

<sup>24</sup> EUROPEAN COMMISSION. *The single digital gateway* [online]. [cit. 2020-09-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/growth/single-market/single-digital-gateway\\_en](https://ec.europa.eu/growth/single-market/single-digital-gateway_en)

Súčasťou nariadenia o zriadení jednotnej digitálnej brány je aj sprístupniť viac postupov v administratíve na online platformách, a to pre domácich i zahraničných používateľov v EÚ. Konkrétne do decembra 2023 sú povinné všetky členské štáty poskytnúť 21 administratívnych postupov online, ide napr. o žiadosť o štipendium, doklad o pobyte, registráciu vozidla a získanie európskeho preukazu poistenca. Súčasne by sa mala začať uplatňovať zásada „jedenkrát a dost“ pre niektoré postupy, ktorou by sa zrušila povinnosť predkladať rovnaké dokumenty orgánom, ktoré už majú iné orgány, aby používatelia dostali možnosť požiadať o výmenu dokumentov medzi orgánmi.<sup>25</sup>

#### 1.3.4 Prístup k otvorenému internetu a roaming za cenu domácich služieb

Nariadenie o zriadení otvoreného internetu a zrušení roamingových príplatkov pre tých zákazníkov, ktorí cestujú v EÚ, je jednou z ďalších iniciatív, ktoré boli dokončené. Konkrétne sa jedná o *„Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/2120 z 25. novembra 2015, ktorým sa ustanovujú opatrenia týkajúce sa prístupu k otvorenému internetu a ktorým sa mení smernica 2002/22/ES o univerzálnej službe a právach užívateľov týkajúcich sa elektronických komunikačných sietí a služieb a nariadenie (EÚ) č. 531/2012 o roamingu vo verejných mobilných komunikačných sieťach v rámci Únie“*.

Otvoreným prístupom na internet pre zákazníkov EÚ sa rozumie to, že poskytovatelia týchto služieb sú povinní nediskriminovať, neobmedzovať a nezasahovať do svojich prevádzok do takej miery, aby bolo zachované rovnaké zaobchádzanie s nimi. Zároveň nesmú byť znevýhodňovaní zákazníci na základe odosielateľa a príjemcu, obsahu alebo použitej aplikácie či služby. Na základe tohto nariadenia vznikla pre poskytovateľov prístupu na internet povinnosť podať informácie o zvyčajnej rýchlosti internetu a nápravných prostriedkoch, ak ju nedodržia, a taktiež majú byť užívatelia informovaní o prevádzkových postupoch a službách, ktoré môžu mať vplyv na kvalitu poskytovaných služieb týkajúcich sa prístupu na internet.

Druhým hlavným bodom nariadenia sú príplatky za roaming. Od 15. júna 2017 sú zrušené príplatky za telefonáty, SMS a mobilný internet, ak zákazníci vycestujú mimo

---

<sup>25</sup> NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY (EÚ) 2018/1724 z 2. októbra 2018 o zriadení jednotnej digitálnej brány na poskytovanie prístupu k informáciám, postupom a asistenčným službám a službám riešenia problémov a o zmene nariadenia (EÚ) č. 1024/2012. [online]. [cit. 2020-09-14]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/LSU/?uri=CELEX:32018R1724>

domácej krajiny. Výnimkou sú prípady, ak je prekročené „primerané využitie“, a vtedy môžu účtovať poskytovatelia služby príplatok, ktorý je obmedzený výškou veľkoobchodných roamingových poplatkov. Druhou výnimkou sú špecifické situácie, ktorými sa zabezpečí udržateľnosť tvorby cien na domácom trhu.<sup>26</sup>

### 1.3.5 *Všeobecné nariadenie o ochrane údajov*

Ochrana osobných údajov je dôležitým aspektom budovania jednotného digitálneho trhu. Reforma ochrany údajov bola prijatá v apríli 2016, pričom sa uplatňuje od roku 2018. Všeobecné nariadenie o ochrane údajov zjednotilo odlišné právne predpisy členských štátov EÚ. Týmto nariadením sa poskytnú občanom EÚ záruky, ktoré majú zabrániť použitiu ich osobných údajov bez ich súhlasu.

Nariadením o ochrane údajov sa poskytlo viac práv a posilnilo právo ľudí na ochranu ich údajov. Ide o právo na zabudnutie, prístup, opravu a prenosnosť osobných údajov, právo na obmedzenie spracovania osobných údajov, právo vedieť o porušení ochrany osobných údajov. Novinkou bolo zavedenie práva na úplnú prenosnosť osobných údajov, čo v praxi znamená, že osobné údaje v bežne používanom strojovo čitateľnom formáte môžu byť prijímané prevádzkovateľom a ďalej poskytované inému prevádzkovateľovi, ak bol udelený súhlas.

Ďalej sa toto nariadenie za špecifických podmienok rozširuje aj za hranice EÚ. Za jeho porušenie sa ukládajú vysoké pokuty, pričom môžu byť až do výšky 20 mil. EUR. Boli zmenené podmienky, udeľovanie a odvolanie súhlasu na spracovanie osobných údajov tak, aby boli jednoduché a zjavné. Zaviedol sa mechanizmus jedného kontaktného miesta z dôvodu zjednodušenia komunikácie s verejnými orgánmi. Prevádzkovatelia a správcovia údajov podliehajú dozornému orgánu.<sup>27</sup>

### 1.3.6 *Akt o kybernetickej bezpečnosti EÚ*

Nariadenie (EÚ) 2019/881 o agentúre ENISA (Agentúra Európskej únie pre kybernetickú bezpečnosť) a o certifikácii kybernetickej bezpečnosti informačných a

---

<sup>26</sup> EUR-LEX. *Prístup k otvorenému internetu a roaming za cenu domácich služieb* [online]. 2015. [cit. 2020-09-28] Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:32015R2120>

<sup>27</sup> JEŽOVÁ, Daniela. Eu Digital Single Market – Are We There yet? In *AD ALTA: journal of interdisciplinary research*. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2017, roč. 7, č. 2, 99-102 s. ISSN 2464-6733

komunikačných technológií nazývané aj ako „akt o kybernetickej bezpečnosti“ sa uplatňuje od 27. júna 2019. Články, ktoré sa uplatňujú od 28. júna 2021 sú tie, ktoré sa týkajú vymenovania vnútroštátnych orgánov pre oblasť kybernetickej bezpečnosti, akreditácie a oznamovania orgánom posudzovania zhody, práva podávať sťažnosti vydavateľom európskych certifikátov kybernetickej bezpečnosti, práva na nápravu prostredníctvom súdneho prostriedku a sankcií.

Zákonom o kybernetickej bezpečnosti sa posilnilo postavenie a úlohy agentúry ENISA, ktorými sú:

- pomoc pri tvorbe a vykonávaní práva a politiky EÚ,
- prevencia, oddiaľovanie, analyzovanie a reakcia na kybernetické hrozby,
- organizovanie cvičení v rámci kybernetickej bezpečnosti EÚ,
- podpora kooperácie medzi zúčastnenými subjektmi v EÚ (hlavne zdieľaním know-how, postupov, usmernení a servisov),
- podpora tvorby politiky v EÚ, ktorá sa zameriava na oblasť certifikácie kybernetickej bezpečnosti služieb, produktov a procesov IKT,
- získavanie a analýza znalostí a údajov o kybernetickej bezpečnosti, s dôrazom na informácie o nových technológiách, hrozbách a incidentoch v oblasti kybernetiky, pre orgány členských krajín EÚ, zainteresované subjekty a verejnosť,
- zlepšenie znalostí verejnosti o kybernetických hrozbách a poskytovanie poradenstva pre používateľov prostredníctvom osvedčených postupov,
- zapájanie sa do strategického programu EÚ pre výskum a inovácie v rámci kybernetickej bezpečnosti,
- pomoc orgánom EÚ v medzinárodnej spolupráci so zahraničnými organizáciami a partnermi v oblasti kybernetickej bezpečnosti.<sup>28</sup>

### *1.3.7 Zlepšenie spotrebiteľského práva*

EÚ vydala v roku 2014 viacročný program na posilnenie a ochranu práv spotrebiteľov s názvom Spotrebiteľia (2014-2020). Cieľom tohto programu bolo zaistiť bezpečnosť výrobkov prostredníctvom monitorovania systému RAPEX, prinášať viac

---

<sup>28</sup> EUR-LEX. *The EU Cybersecurity Act* [online]. [cit. 2020-09-28]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/LSU/?uri=CELEX:32019R0881>

informácií občanom EÚ o ich spotrebiteľských právach, posilňovať práva spotrebiteľov vzájomnou spoluprácou členských štátov v oblasti riešenia sporov.<sup>29</sup>

V oblasti posilňovania spotrebiteľského práva sa podarilo zaviesť porovnávacie platformy ponúk, ktoré slúžia na lepšiu orientáciu zákazníkov a kontrolu dodržiavania ich práv. Ďalej sa začalo požadovať od sociálnych sietí, ktoré ponúkajú službu online nákupu, aby dodržiavali spotrebiteľské práva, medzi ktoré patrí napr. právo odstúpiť od online zmluvy do 14 dní. Zároveň sa zaviedla platforma na riešenie online sporov medzi obchodníkmi a zákazníkmi, ktorá dáva možnosť zainteresovaným stranám dohodnúť sa bez prítomnosti súdov.<sup>30</sup>

V roku 2019 bola prijatá zmena a doplnenie smernice z roku 2011, ktoré budú účinné od 28. mája 2022. Dôležitými doplneniami sú, že sa posilnia práva zákazníkov v online priestore, stanovujú sa konkrétne informácie, ktoré sú potrebné na uzatvorenie zmluvy na online trhoch, určí sa povinnosť informovať spotrebiteľov o personalizovanej cene a upraví sa oblasť pokút a sankcií, ktoré budú stanovené do výšky 4 % obratu obchodníka alebo 2 mil. EUR.<sup>31</sup>

### 1.3.8 Pravidlá posielania balíkov

Európsky parlament vydal v roku 2018 nariadenie, ktorým sa upravili pravidlá posielania balíkov v rámci členských krajín EÚ. Cieľom tohto nariadenia je zabezpečiť transparentnosť cien poštovného a prispieť tak k zníženiu bariér, ktoré sú súčasťou online obchodu ako na strane spotrebiteľov, tak aj na strane obchodníkov. Prekážkou obchodu boli hlavne vysoké a neprehľadné ceny za realizovanie prepravy tovaru. Spotrebiteľia boli často odrádzaní od nákupu vysokou cenou za dopravu, čím predajcovia strácali zákazníkov. V konečnom dôsledku sa tieto nepríjemnosti dotýkali všetkých, ktorí posielali balíky do zahraničia.

Na základe nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/644 z 18.4.2018 o službách cezhraničného dodávania balíkov sa zriadila stránka<sup>32</sup>, ktorá obsahuje podmienky

---

<sup>29</sup> EUR-LEX. *Viacročný program EÚ Spotrebiteľia (2014 - 2020)* [online]. [cit. 2020-09-28]. Dostupné na: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:090101\\_1](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:090101_1)

<sup>30</sup> JOUROVÁ, Věra. *The new deal for consumers* [online]. 2018. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <http://www.acrimalta.com/wp-content/uploads/2018/05/FACTSHEET-1.pdf>

<sup>31</sup> EUR-LEX. *Posilnenie práv spotrebiteľov EÚ* [online]. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:0904\\_4](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:0904_4)

<sup>32</sup> Stránka dostupná na: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border_en)

a ceny spoločností za ich dodávateľské služby. Tieto informácie sú pre všetkých prístupné, aby si mohli overiť najlepšiu ponuku. Zároveň poštové úrady členských štátov EÚ sledujú neprimerane vysoké dodávateľské ceny a následne na to upozorňujú.<sup>33</sup>

## 1.4 Hodnotenie digitálneho prostredia EÚ

Jedným zo spôsobov, ktorým sa hodnotí digitálne prostredie EÚ, je Index digitálnej ekonomiky a spoločnosti (z angl. Digital Economy and Society Index, DESI). Ide o index, ktorým sa skúma celková digitálna výkonnosť EÚ ako celku i jednotlivých členských krajín. Zároveň sa sleduje aj ich konkurencieschopnosť a pokroky v digitalizácii, ktoré odhalia nedostatky a problematické oblasti jednotlivých štátov EÚ. Na základe týchto informácií vedia zodpovedné orgány, ktoré oblasti vyžadujú dodatočné investície a pozornosť. Index hodnotí 5 dimenzií, ktorými sú pripojenie na internet, ľudský kapitál, využívanie internetových služieb, integrácia digitálnych technológií a digitálne verejné služby.<sup>34</sup>

Obrázok č. 1 zobrazuje poradie členských krajín EÚ v indexe DESI v roku 2020, na základe údajov z roku 2019. K najrozvinutejším digitálnym ekonomikám EÚ patria Fínsko, Švédsko, Dánsko a Holandsko, za nimi nasleduje Malta, Írsko a Estónsko. Zaujímavosťou je, že lídrami v digitalizácii ekonomiky a spoločnosti nie sú najväčšie ekonomiky EÚ. Naopak, najnižšie celkové hodnotenie v indexe DESI dosiahli Bulharsko, Grécko, Rumunsko a Taliansko.

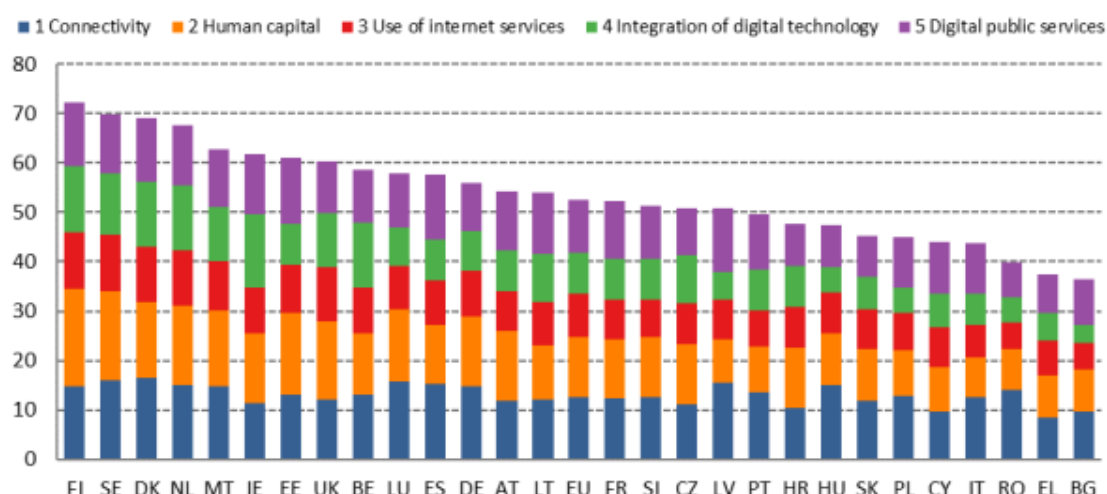
---

<sup>33</sup> EURÓPSKY PARLAMENT. *Zásielky balíkov do zahraničia: Nové európske pravidlá* [online]. 2018 [cit. 2020-11-05]. Dostupné na:

<https://www.europarl.europa.eu/news/sk/headlines/economy/20180308STO99327/zasielky-balikov-do-zahranicia-nove-europske-pravidla>

<sup>34</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic Chapters*. [online]. 2020, 10 s. [cit. 2020-09-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=67079](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67079)

Obrázok č. 1: Index digitálnej ekonomiky a spoločnosti



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa EUROPEAN COMMISSION. *The Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic chapters* [online]. 2020 [cit. 2020-09-30]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-economy-and-society-index-desi>

V rámci dimenzie Pripojenie na internet sa v indexe DESI hodnotí 8 konkrétnych ukazovateľov, ktoré sú v tabuľke č. 1 s výslednými hodnotami pre celú EÚ. 78 % domácností v rámci celej EÚ využíva pevné širokopásmové pripojenie, ale iba 26 % domácností má toto pripojenie s rýchlosťou minimálne 100Mbps. Pokrytých širokopásmovým pripojením NGA je 86 % domácností EÚ, zatiaľ čo sieťou s veľmi vysokou kapacitou VHCN je pokrytých 44 % domácností. 96 % domácností je pokrytých sieťou 4G. Pripravenosť EÚ na zavedenie 5G siete je iba na úrovni 21 %. Cenový index širokopásmového pripojenia meria ceny v rámci reprezentatívnych košov, ktoré sa skladajú z ponúk pevného, mobilného a konvergovaného pripojenia, pričom je meraný na škále od 0 – 100 a čím vyššia hodnota, tým má krajina dostupnejšie ceny širokopásmového pripojenia. EÚ má priemernú hodnotu 64.

Tabuľka č. 1: Pripojenie na internet

| Subdimezie DESI                            | Jednotlivé ukazovatele                                                             | Hodnota DESI 2020 EÚ |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Pevné zavedenie širokopásmového pripojenia | Celková miera využívania pevného širokopásmového pripojenia                        | 78% domácností       |
|                                            | Miera využívania pevného širokopásmového pripojenia s rýchlosťou minimálne 100Mbps | 26% domácností       |

|                                         |                                                         |                   |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------|
| Pevné širokopásmové pokrytie            | Rýchle širokopásmové pokrytie (NGA)                     | 86% domácností    |
|                                         | Pokrytie pevnou sieťou s veľmi vysokou kapacitou (VHCN) | 44% domácností    |
| Mobilné širokopásmové pripojenie        | Pokrytie sieťami 4G                                     | 96% domácností    |
|                                         | Miera využívania mobilného širokopásmového pripojenia   | 100 (zo 100 ľudí) |
|                                         | Pripravenosť na zavedenie sietí 5G                      | 21%               |
| Cenový index širokopásmového pripojenia | Index cien širokopásmového pripojenia                   | 64 (od 0 do 100)  |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa EUROPEAN COMMISSION. *The Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic Chapters*. [online]. 2020, 18 s. [cit. 2020-09-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=67079](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67079)

Ďalšou dimenziou indexu DESI je ľudský kapitál, ktorej jednotlivé ukazovatele a výsledné hodnoty zobrazuje tabuľka č. 2. Dimenzia hodnotí zručnosti používateľov internetu a ich rozvoj. Aspoň základnými digitálnymi zručnosťami disponuje 58 % obyvateľov EÚ, viac ako základné zručnosti v digitálnej oblasti má 33 % obyvateľov a 61 % obyvateľov EÚ má aspoň základné softvérové zručnosti. Odborníci na IKT tvoria 3,9 % všetkých zamestnancov v EÚ a odborníčky na IKT len 1,4 %. Absolventi v oblasti IKT predstavujú 3,6 % -ný podiel zo všetkých absolventov vysokých škôl.

Tabuľka č. 2: **Ľudský kapitál**

| Subdimezie DESI                  | Jednotlivé ukazovatele                                  | Hodnota DESI 2020 |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------|
| Zručnosti používateľov internetu | Aspoň základné digitálne zručnosti                      | 58 %              |
|                                  | Viac ako základné digitálne zručnosti                   | 33 %              |
|                                  | Aspoň základné softvérové zručnosti                     | 61 %              |
| Pokročilé zručnosti a rozvoj     | Odborníci na oblasť IKT (zo všetkých zamestnancov v EÚ) | 3,9 %             |
|                                  | Odborníčky na oblasť IKT (zo všetkých zamestnankýň EÚ)  | 1,4 %             |
|                                  | Absolventi IKT                                          | 3,6 %             |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa EUROPEAN COMMISSION. *The Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic Chapters*. [online]. 2020, 51 s. [cit. 2020-09-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=67079](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67079)

Tretou dimenziou skúmanou v indexe DESI je využívanie internetových služieb, ktorej výsledky sú uvedené v tabuľke č. 3. V roku 2019 bolo 9 % obyvateľov v EÚ, ktorí nikdy nepoužili internet. Aktívnych používateľov internetu bolo 85 %. Najčastejšími online aktivitami používateľov internetu sú počúvanie hudby, pozeranie videí a hranie hier a na druhej strane najmenej využívanou aktivitou je zúčastnenie sa online kurzov. Čo sa týka transakcií, tak v EÚ nakupuje online 71 % používateľov internetu a 66 % využíva online bankovníctvo, ale iba 23 % používateľov predáva online.

**Tabuľka č. 3: Využívanie internetových služieb**

| Subdimezie DESI      | Jednotlivé ukazovatele                | Hodnota DESI 2020 |
|----------------------|---------------------------------------|-------------------|
| Používanie internetu | Ľudia, ktorí nikdy nepoužili internet | 9 %               |
|                      | Používatelia internetu                | 85 %              |
| Aktivity online      | Správy                                | 72 %              |
|                      | Hudba, videá a hry                    | 81 %              |
|                      | Video na požiadanie                   | 31 %              |
|                      | Videohovory                           | 60 %              |
|                      | Sociálne siete                        | 65 %              |
|                      | Účasť na online kurzoch               | 11 %              |
|                      | Bankovníctvo                          | 66 %              |
| Transakcie           | Nákupy                                | 71 %              |
|                      | Predaj online                         | 23 %              |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa EUROPEAN COMMISSION. *The Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic Chapters*. [online]. 2020, 57 s. [cit. 2020-09-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=67079](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67079)

Tabuľka č. 4 zobrazuje výsledky štvrtej dimenzie indexu DESI, ktorá hodnotí integrovanie digitálnych technológií podnikateľmi. Informácie elektronicky zdieľa 34 % podnikateľov EÚ. 25 % podnikov využíva 2 a viac sociálnych médií vo svojom podnikaní, 12 % podnikov využíva veľké dáta a 18 % zakúpilo cloud. Čo sa týka európskych malých a stredných podnikov, tak 18 % využíva predaj svojich produktov a služieb cez internet, 11 % obratu malých a stredných podnikov tvorí obrat elektronického obchodu a 8 % tvorí cezhraničný predaj cez internet.

Tabuľka č. 4: **Integrácia digitálnych technológií**

| Subdimezie DESI          | Jednotlivé ukazovatele              | Hodnota DESI 2020 |
|--------------------------|-------------------------------------|-------------------|
| Digitalizácia podnikania | Elektronické zdieľanie informácií   | 34 %              |
|                          | Sociálne médiá                      | 25 %              |
|                          | Veľké dáta                          | 12 %              |
|                          | Cloud                               | 18 %              |
| Elektronický obchod      | MSP využívajúce predaj cez internet | 18 %              |
|                          | Obrat elektronického obchodu        | 11 % (MSP)        |
|                          | Cezhraničný predaj cez internet     | 8 % (MSP)         |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa EUROPEAN COMMISSION. *The Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic Chapters*. [online]. 2020, 63 s. [cit. 2020-09-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=67079](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67079)

Poslednou oblasťou, ktorú hodnotí index DESI, sú digitálne verejné služby. Výsledky tohto hodnotenia sú zobrazené v tabuľke č. 5. Zo všetkých používateľov internetu 67 % využíva elektronickú verejnú správu. Ukazovateľ vopred vyplnených formulárov hovorí o tom, do akej miery sa známe údaje vyplňajú automaticky do formulárov verejnej správy a používajú sa tak prepojené registre. Vidíme, že EÚ získala iba 59 bodov, teda v tejto oblasti je značný priestor pre zlepšovanie. Deväťdesiatimi bodmi zo 100 bolo ohodnotené poskytovanie služieb online v EÚ. Poskytovanie digitálnych verejných služieb pre podniky bolo v roku 2019 ohodnotené 89 bodmi zo 100. Posledným ukazovateľom z tejto dimenzie je ukazovateľ otvorených údajov, ktorý pozostáva zo 4 častí: politika, portály, dopad a kvalita otvorených údajov. Tento ukazovateľ meria záväzok vlád k otvoreným údajom, pričom v roku 2019 dosiahla EÚ 66 % z maximálne možného skóre.

Tabuľka č. 5: **Digitálne verejné služby**

| Subdimezie DESI | Jednotlivé ukazovatele                     | Hodnota DESI 2020           |
|-----------------|--------------------------------------------|-----------------------------|
| e-Government    | Používatelia elektronickej verejnej správy | 67 % používateľov internetu |
|                 | Vopred vyplnené formuláre                  | 59 bodov zo 100             |
|                 | Poskytnutie služieb online                 | 90 bodov zo 100             |
|                 | Digitálne verejné služby pre podniky       | 89 bodov zo 100             |
|                 | Otvorené údaje                             | 66 %                        |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa EUROPEAN COMMISSION. *The Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic Chapters*. [online]. 2020, 74 s. [cit. 2020-09-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=67079](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67079)

## 1.5 Stratégia „Európa pripravená na digitálny vek“

Súčasná Európska komisia pod vedením Ursuly von der Leyen zapracovala problematiku jednotného digitálneho trhu, do svojich priorít na roky 2019-2024, pod názvom Európa pripravená na digitálny vek. Táto stratégia je nazývaná aj ako Formovanie digitálnej budúcnosti EÚ, ktorej hlavným cieľom je zabezpečiť, aby zdigitalizovanie jednotného trhu bolo prospešné pre ľudí v EÚ, vytváralo nové príležitosti pre podnikanie a zároveň bolo dôležitou súčasťou boja proti klimatickým zmenám.<sup>35</sup>

Cieľom Európskej komisie je umožniť každému občanovi v EÚ osobne, slobodne a bezpečne sa rozvíjať. Pre všetky podniky chce zabezpečiť prístup k údajom, ktoré môžu používať, zhromažďovať a rozširovať. EÚ by mala vytvárať pre podnikateľov také prostredie, ktoré im poskytuje možnosť inovovať, vzájomne spolupracovať, ale i súťažiť medzi sebou za spravodlivých podmienok. Digitálna budúcnosť EÚ by mala byť postavená na sprístupnení údajov celej spoločnosti, ktoré sú základom pre správne rozhodovanie. Na základe tohto by EÚ mala vyťažiť čo najviac z možností, ktoré jej ponúka dnešná inovatívna a digitálna éra. Budovanie Európy, ktorá je pripravená pre digitálny vek, prirovnáva Európska komisia k puzzle, ktorá je poskladaná z jednotlivých častí, ktoré do seba zapadajú a sú prepojené. Týmito dôležitými súčasťami sú: ľudia, dokonalosť, hospodárstvo, demokracia, dôvera, česťnosť, spoločnosť, uplatniteľnosť a medzinárodný aspekt.<sup>36</sup>

Nasledujúcich 5 rokov bude agenda komisie v oblasti budovania digitálnej Európy postavená na týchto troch pilieroch:

- technológia v službách človeka,
- spravodlivé a konkurencieschopné digitálne hospodárstvo,
- otvorená, demokratická a udržateľná digitálna spoločnosť.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> EURÓPSKA KOMISIA. *A Europe fits for the digital age* [online]. [cit. 2020-05-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age\\_e](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_e)

<sup>36</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Shaping Europe's digital future* [online]. Luxemburg: 2020. 9 s. ISBN 978-92-76-16363-3. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020\\_en\\_4.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf)

<sup>37</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Shaping Europe's digital future* [online]. [cit. 2020-10-19]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/shaping-europe-digital-future\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/shaping-europe-digital-future_en)

### 1.5.1 *Technológia v službách človeka*

Európa má dlhú a úspešnú históriu v oblasti technologického vývoja. Spojenie síl členských štátov (regióny, mestské samosprávy, akademická a občianska spoločnosť, finančné inštitúcie, podniky i sociálne podniky) a EÚ je dôležité pre posilnenie Európy ako celku. Kooperácia na základe dohôd medzi krajinami sa ukazuje byť efektívna napr. v oblasti superpočítačov či mikroelektroniky. V ďalších oblastiach inovácií by mali nasledovať podobné iniciatívy.<sup>38</sup>

Prvým pilierom, na ktorom bude postavená digitálna budúcnosť Európy, je technológia, ktorá slúži človeku. K opatreniam v tejto oblasti zaraďujeme: vytvorenie dokumentu Biela kniha o umelej inteligencii, zameranie sa na popredné spoločné digitálne kapacity (ide o oblasti umelej inteligencie, kybernetickej a kvantovej výpočtovej techniky, blockchainu, superpočítačov a kvantovej komunikácie), zrýchlenie investícií do budovania 5G a 6G sietí a zriadenie koridorov 5G, opatrenia týkajúce sa kybernetickej bezpečnosti, posilnenie digitálnych zručností a vzdelávania, zapojenie mladých ľudí do procesu, zlepšenie podmienok pre zamestnancov platforiem a prehĺbenie spolupráce vlád členských štátov v oblasti verejného sektora s cieľom bezpečného prúdenia údajov a služieb v tomto sektore bez hraníc.<sup>39</sup>

Biela kniha o umelej inteligencii je dokumentom vydaným Európskou komisiou, ktorý zdôrazňuje hodnotu a široké využitie umelej inteligencie. Ide o technológiu, ktorú možno považovať za strategickú a prospešnú pre celú spoločnosť, čo je podmienené jej zameraním sa na človeka, udržateľnosťou a dodržiavaním princípov etiky, práva a hodnôt. Využitím umelej inteligencie v sektore priemyslu EÚ sa predpokladá zvýšenie jeho efektivity a produktivity, čím by sa dosiahla výhoda oproti konkurencii. Prínos umelej inteligencie je aj v boji proti klimatickým zmenám a zhoršovaniu životného prostredia, v pomoci pri zabezpečovaní trvalo udržateľného rozvoja, v otázkach demografických zmien a ohrozenia demokracie, ale aj v boji s kriminalitou. Aby sa umelá inteligencia mohla podieľať na riešení spoločenských problémov a rozvoji samotnej spoločnosti EÚ, sú potrebné

---

<sup>38</sup> OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: *Formovanie digitálnej budúcnosti Európy* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-10-19]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2020:0067:FIN:SK:PDF>

<sup>39</sup> OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: *Formovanie digitálnej budúcnosti Európy* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2020:0067:FIN:SK:PDF>

investície do výskumu a inovácií umelej inteligencie, podpora jej zavádzania do praxe, v neposlednom rade je treba stanoviť jej právnu reguláciu.<sup>40</sup>

Zavedenie 5G siete je dôležité pre konkurencieschopnosť, budúcnosť európskeho priemyslu a poskytovanie digitálnych služieb. Cieľom EÚ je vybudovať infraštruktúru siete 5G v mestách a dôležitých dopravných trasách do roku 2025.<sup>41</sup>

Európska komisia v oblasti zrýchlenia investícií do 5G a 6G sietí vydala dňa 18.9. 2020 odporúčanie pre členské štáty, aby nečakali s týmito investíciami a vzájomne spolupracovali na identifikácii najlepších postupov pri implementácii 5G siete.<sup>42</sup>

Stratégia EÚ pre bezpečnostnú úniu, predložená 24. júla 2020, zahŕňa aj opatrenia v oblasti kybernetickej bezpečnosti, ktoré budú platiť do roku 2025. Iniciatíva sa v prvom rade bude zameriavať na kybernetickú bezpečnosť vo finančnom sektore, ďalej sa bude vyvíjať snaha o zamedzenie kybernetických útokov v energetike, doprave a zdravotníctve.<sup>43</sup>

V oblasti zlepšenia digitálnych zručností a vzdelanosti v tejto oblasti bol dňa 1.7.2020 predložený program s názvom Európsky program zručností. Obsahom tohto programu je 12 opatrení, ktoré sa týkajú podpory kooperácie členských krajín EÚ v oblasti zručností, možnosti zamestnancom zvýšiť si svoju kvalifikáciu, zapojiť sa do rekvalifikačného procesu či umožniť ľuďom učiť sa po celý život. Platnosť Európskeho programu zručností je do roku 2025.<sup>44</sup>

Komisia v rámci programu Digitálna Európa vyčlenila 600 mil. EUR na podporu digitálnych zručností, čím by sa malo zabezpečiť vzdelanie asi pre 256 000 ľudí, ktorí budú schopní pracovať s modernými technológiami. Vzdelanie by sa malo realizovať prostredníctvom 160 nových magisterských programov v oblasti umelej inteligencie, kybernetiky, vysokovýkonných počítačov, krátkodobých špecializovaných kurzov

---

<sup>40</sup> EURÓPSKA KOMISIA. *Biela kniha o umelej inteligencii – európsky prístup k excelentnosti a dôvere* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/commission-white-paper-artificial-intelligence-feb2020\\_sk.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/commission-white-paper-artificial-intelligence-feb2020_sk.pdf)

<sup>41</sup> EURÓPSKA KOMISIA. *Bezpečné zavádzanie 5G v EÚ – vykonávanie súboru nástrojov* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2020:0050:FIN:SK:PDF>

<sup>42</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Commission Recommendation* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=69383](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=69383)

<sup>43</sup> EURÓPSKA KOMISIA. *Oznámenie komisie o stratégii EÚ pre bezpečnostnú úniu* [online]. Brusel: 2020 [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?qid=1596452256370&uri=CELEX%3A52020DC0605>

<sup>44</sup> JENDEKOVÁ, Marta. *European skills agenda* [online]. 2020 [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: <https://epale.ec.europa.eu/sk/resource-centre/content/european-skills-agenda-europsky-program-zrucnosti>

zameraných na digitálne technológie a vytvorením 35 000 nových pracovných miest vo výskume alebo spoločnostiach, ktoré pracujú s pokročilými technológiami.<sup>45</sup>

### 1.5.2 Spravodlivé a konkurencieschopné digitálne hospodárstvo

Druhým dôležitým pilierom budúcej digitálnej Európy je hospodárstvo, ktoré je spravodlivé a konkurencieschopné. Opatrenia v tejto oblasti sú: vytvorenie Európskej dátovej stratégie, prehodnotenie pravidiel hospodárskej súťaže v EÚ s ohľadom na rastúcu digitalizáciu, nové opatrenia v sektore priemyselnej stratégie a zdaňovania podnikov a posilnenia práv a postavenia spotrebiteľov.<sup>46</sup>

Európska dátová stratégia predstavuje súbor opatrení a investícií, ktoré by mali priniesť do budúcnosti zvýšené množstvo používaných dát, údajov a služieb s cieľom zabezpečiť efektívne fungovanie dátového hospodárstva. Európska komisia predpokladá, že podnikatelia i verejnosť tým, že budú mať prístup k veľkému množstvu údajov, sa budú lepšie rozhodovať, čo povedie k ich silnejšiemu postaveniu a v konečnom dôsledku k rozvoju spoločnosti ako celku. Z tohto dôvodu je ale dôležité zabezpečiť prístup k dátam, a preto je cieľom dátovej stratégie vytvoriť jednotný európsky dátový priestor. Bude otvorený a bezpečný pre všetky druhy údajov z celého sveta. Pre používateľov budú k dispozícii v neobmedzenom množstve kvalitné priemyselné dáta, ktorými sa podporí rast a zároveň zníži vplyv na životné prostredie redukciou uhlíkovej stopy.

Potenciál využitia dát je vysoký, ale vytvoreniu jednotného európskeho dátového priestoru bráni viacero faktorov. Jedným z najdôležitejších je nejednotnosť členských štátov EÚ, napr. v právnom poriadku týkajúceho sa používania údajov, ktoré sú vo vlastníctve verejnej správy alebo v práve hospodárskej súťaže. K ďalším problémom môžeme zaradiť aj dostupnosť údajov, ich kvalitu a správu, nerovnováhu trhovej sily, budovanie dátovej infraštruktúry a obmedzenie technológiami.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Digital Skills & Jobs* [online]. [cit. 2020-11-04]. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/digital-skills>

<sup>46</sup> OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: *Formovanie digitálnej budúcnosti Európy* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2020:0067:FIN:SK:PDF>

<sup>47</sup> EURÓPSKA KOMISIA. *Európska dátová stratégia* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:52020DC0066>

### 1.5.3 Otvorená, demokratická a udržateľná digitálna spoločnosť

Posledným pilierom, na ktorom je postavená digitálna budúcnosť EÚ, je digitálna spoločnosť, ktorá je otvorená, demokratická a udržateľná. Opatrenia, ktoré Európska komisia predstavila v tejto oblasti sú: vytvorenie nových pravidiel na posilnenie trhu s digitálnymi službami, úprava nariadenia o elektronickej identifikácii a dôveryhodných službách pre elektronické transakcie na vnútornom trhu (eIDAS), vytvorenie plánu pre médiá a audiovizíu, akčný plán pre demokraciu v rámci EÚ, iniciatíva Destinácia Zem a iniciatíva pre elektroniku v obehovom hospodárstve, iniciatívy v oblasti environmentálnych otázok, vybudovanie systému elektronických zdravotných záznamov pre ľahšiu výmenu informácií.<sup>48</sup>

Digitálne služby a ich právna úprava je oblasťou, ktorá sa od roku 2000 výrazne nemenila. Online prostredie sa však mení neustále, a práve preto je potrebné upraviť a zapracovať nové poznatky do zákonov o digitálnych službách. Táto modernizácia by sa mala uskutočniť vymedzením jasných pravidiel, ktorými sa určí zodpovednosť poskytovateľov digitálnych služieb za riziko a ochranu práv ich používateľov. Zároveň by sa malo zabezpečiť v pripravovanej legislatíve, že trh s poskytovaním online služieb bude spravodlivý, konkurencieschopný a umožní naň vstúpiť aj novým subjektom.<sup>49</sup>

Iniciatíva Destinácia Zem predstavuje vytvorenie presného modelu Zeme v digitálnom priestore, ktorý bude slúžiť na sledovanie ľudskej a prírodnej aktivity a ich možného dopadu na planétu Zem. Takouto identifikáciou tých správnych scenárov by malo dôjsť rýchlejšie k viac udržateľnému rozvoju a podpore environmentálnych politík. Pomocou digitálnej technológie bude Destinácia Zem odzrkadľovať potenciál fyzických zdrojov, ale aj zmeny podnebia, vodného prostredia, polárnych oblastí a ostatné. Vďaka tomuto systému by sa malo sprístupniť veľké množstvo prírodných a socio-ekonomických údajov, ktoré budú mať význam hlavne pre výskum a vývoj, ale aj iné oblasti.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: *Formovanie digitálnej budúcnosti Európy* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2020:0067:FIN:SK:PDF>

<sup>49</sup> EUROPEAN COMMISSION. *The Digital Services Act package* [online]. 2020. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package>

<sup>50</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Destination Earth (DestinE)* [online]. 2020. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/destination-earth-destine>

V súčasnosti môžeme pozorovať rastúci trend v oblasti digitalizácie systému zdravotnej starostlivosti. Jedným z viacerých zameraní tejto iniciatívy je aj posun v procese budovania elektronických zdravotných záznamov, ktorými sa uľahčí komunikácia a výmena dát. Digitalizácia zdravotných záznamov je kľúčová pre digitalizovanie celého sektora, preto je dôležité jej venovať pozornosť. Občania mnohých štátov EÚ požadujú už dnes možnosť prístupu do zdravotnej karty prostredníctvom moderných technológií.

EÚ ako celok dnes nemá k dispozícii jednotný systém elektronických zdravotných záznamov. Viaceré štáty EÚ si tento systém implementujú samostatne. Úspešnou krajinou v zavádzaní tejto modernizácie je Fínsko, ktoré má zdigitalizovaných 100 % zdravotných záznamov verejnej i súkromnej oblasti. Európska komisia sa snaží pomocou digitálnych technológií zlepšiť prístup k elektronickým zdravotným záznamom a zároveň sa usiluje o zdieľanie týchto údajov pre potreby výskumu, lepšiu diagnostiku a lepšie celkové zdravotné výsledky.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup>JARDIM-GONÇALVES, Ricardo - DE RAEVE, Paul. *Digitalising the healthcare ecosystem in the European Union* [online]. 2020. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://www.healtheuropa.eu/digitalising-the-healthcare-ecosystem-in-the-european-union/100949/>

## 2 Cieľ práce

Proces digitalizácie sa v posledných rokoch rozšíril do takmer všetkých, ak nie do úplne všetkých oblastí života. Je preto prirodzené, že EÚ reagovala na tento trend a prišla s politikou budovania a prehlbovania jednotného digitálneho trhu EÚ. Prioritou sa stala najmä ochrana jednotlivcov a podnikov v digitálnom prostredí, ale i zabezpečenie čo možno najspravodlivejšieho konkurenčného prostredia pre všetkých, ktorí sa rozhodnú vstúpiť do digitálnej sféry. Mnohé opatrenia sa implementovali do praxe, niektoré sú v procese ich zavádzania a o mnohých sa ešte len rokuje. Cieľom opatrení je hlavne zabezpečiť bezproblémové využívanie digitálnych nástrojov, ktoré ponúka moderná technologická doba.

Hlavným cieľom záverečnej práce je zhodnotiť význam a aktuálny stav jednotného digitálneho trhu EÚ z pohľadu obchodu EÚ so zameraním na efekty už zrealizovaných opatrení v oblasti elektronického obchodovania pre podnikateľské subjekty i pre jednotlivcov členských krajín EÚ.

Parciálne ciele teoretickej a praktickej časti diplomovej práce, ktoré nám pomôžu naplniť vyššie uvedený hlavný cieľ, sú nasledovné:

- Parciálne ciele teoretickej časti:
  1. Systematizovanie východiskových poznatkov týkajúcich sa podstaty a procesu formovania jednotného digitálneho trhu EÚ a identifikovanie kľúčových opatrení realizovaných v oblasti budovania jednotného digitálneho trhu EÚ.
  2. Hodnotenie súčasného stavu digitálneho prostredia EÚ.
  3. Skúmanie predpokladov pre ďalší rozvoj jednotného digitálneho trhu EÚ na základe aktuálnych stratégií EÚ.
- Parciálne ciele praktickej časti:
  4. Skúmanie a vyhodnotenie vývoja elektronického obchodovania z pohľadu podnikov i jednotlivcov členských krajín EÚ a posúdenie vplyvu prijatých opatrení v oblasti jednotného digitálneho trhu EÚ.
  5. Formulovanie odporúčaní pre zlepšenie fungovania jednotného digitálneho trhu EÚ na základe porovnania s Čínou, ktorá má dominantné postavenie v oblasti elektronického obchodu vo svete.

### 3 Metodika práce a metody skúmania

Pri písaní diplomovej práce sme využili viacero metód skúmania, ktorými sme spracovali problematiku jednotného digitálneho trhu EÚ. Pracovali sme s viacerými odbornými knižnými publikáciami, ale hlavne so zdrojmi v elektronickej podobe, od domácich i zahraničných autorov. Informácie pochádzali najmä zo sekundárnych zdrojov.

V prvej časti práce, ktorá obsahuje spracovanie teoretických poznatkov, sme čerpali z knižných zdrojov a odborných článkov. Mnohé informácie sme získali z internetových stránok a oficiálnych dokumentov inštitúcií EÚ, najmä Európskej komisie a Európskeho parlamentu. Pracovali sme aj s právnymi predpismi EÚ, uverejnenými na portáli EUR-Lex. Významným zdrojom informácií bola v teoretickej časti publikácia DESI 2020, pomocou ktorej sme zhodnotili digitálne prostredie v EÚ.

V praktickej časti sme pracovali najmä s databázou štatistického úradu EÚ, Eurostatom. Údaje sme sa snažili spracovať za čo najväčšie časové obdobie, väčšinou sme pracovali s rozpätím rokov od 2010 do 2020. Niektoré údaje sú za kratšie časové obdobie, čo záviselo od ich dostupnosti. Využívali sme i štúdie, napr. od spoločnosti Kantar Public Brussels či China Internet Network Information Center. Číselné údaje sme uvádzali najmä v % a zaznamenali sme ich prevažne v grafoch (stĺpcový), ale i v tabuľkách.

V teoretickej i praktickej časti záverečnej práce sme získané informácie z vyššie uvedených zdrojov najskôr podrobili analýze, ktorou sme ich rozčlenili na menšie časti, ktoré sa stali ľahšie pochopiteľnými. V teoretickej časti sme analyzovali formovanie jednotného digitálneho trhu EÚ, jednotlivé už zrealizované opatrenia EÚ v tejto oblasti, digitálne prostredie EÚ i budúce pripravované opatrenia. Analýzu sme využili i v praktickej časti v oblasti hodnotenia elektronického obchodu z pohľadu podnikov i jednotlivcov, z pohľadu EÚ a Slovenskej republiky. Na zhodnotenie prínosov jednotlivých opatrení sme taktiež využili analýzu. Potom sme jednotlivé poznatky opäť spojili do väčších celkov pomocou syntézy.

Využili sme i metódu komparácie, ktorou sme porovnávali elektronický obchod Slovenskej republiky s elektronickým obchodom v EÚ.

Metódu dedukcie sme využili pri vytvorení konkrétnych interpretácií analyzovaných údajov a následne indukciou sme zo získaných informácií sformulovali všeobecné závery.

## 4 Výsledky práce

EÚ má vytvorený jednotný vnútorný trh, ktorý zabezpečuje členským štátom slobodu pohybu tovarov, služieb, kapitálu a pracovnej sily, z čoho čerpajú výhody jednotlivci, podnikateľské subjekty, štáty a ďalší. Úlohou EÚ sa v dôsledku rýchleho rozvoja informačno-komunikačných technológií na celom svete stalo posunutie týchto výhod z jednotného trhu EÚ na vyššiu úroveň, a to do digitálneho prostredia. Je to dôležité nielen pre udržanie konkurencieschopnosti EÚ ako celku, ale najmä z dôvodu zaručenia bezpečnosti a práv jej obyvateľom aj v digitálnom prostredí, ďalej zabezpečenia spravodlivého konkurenčného boja poskytovateľom tovarov a služieb v online svete a ďalších súvisiacich oblasti, ktoré je potrebné regulovať.

Elektronický obchod je jednou z dôležitých súčastí jednotného digitálneho trhu EÚ. Jeho význam rastie každým rokom, nehovoriac o tom, že pandémia ešte viac zdôraznila jeho dôležitosť a zároveň aj potrebu regulácie. Keďže sa občania v čoraz väčšej miere rozhodujú nakupovať prostredníctvom elektronického obchodu, je dôležité im vytvoriť bezpečné online prostredie a zároveň im umožniť nákup aj v ostatných členských krajinách EÚ bez výrazných problémov či dokonca ich diskriminovania. No na druhej strane je dôležité vytvoriť také prostredie a podmienky pre podniky, ktoré ich motivujú expandovať so svojimi tovarmi alebo službami na trhy ostatných členských štátov EÚ prostredníctvom digitálnych platforiem. Taktiež je potrebné zjednodušovať a odstraňovať bariéry v digitálnom prostredí, ktoré jednotlivcov i podniky často odrádza od elektronického obchodovania.

### 4.1 Elektronický obchod z pohľadu podnikov v EÚ

Elektronický obchod sa pre mnohé podniky stáva významnejším a túto formu predaja využívajú vo väčšej miere aj podniky z netradičných oblastí, ktoré sa v minulosti sústredili viac na predaj prostredníctvom kamenných predajní. Mnohé podniky sa tak snažia zasiahnúť čo najväčší podiel potencionálnych zákazníkov a využiť tak možnosti, ktoré ponúka online priestor.

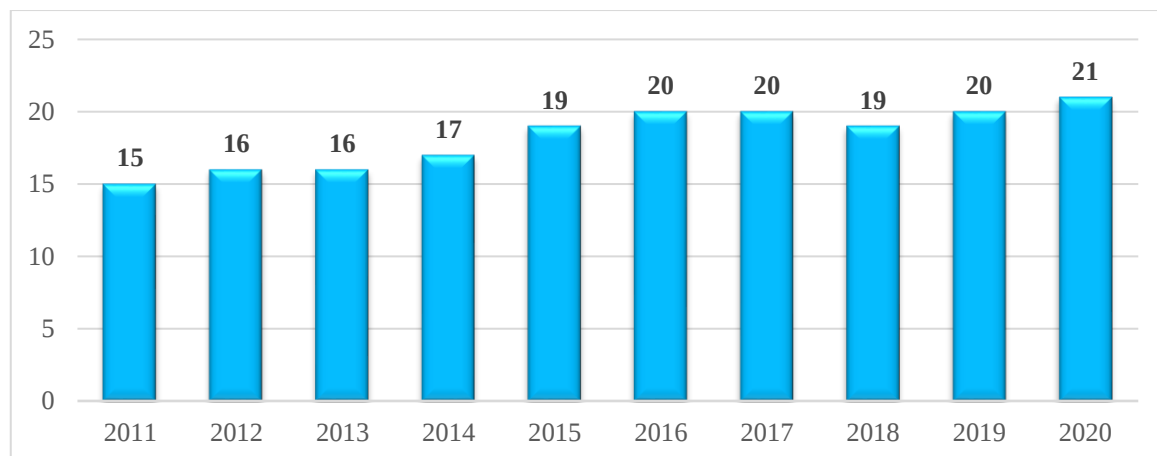
Na grafe č. 1 vidíme priemerný percentuálny podiel podnikov v EÚ, ktoré využívajú vo svojom podnikaní aj predaj prostredníctvom elektronického obchodu, na celkovom počte podnikov. Údaje boli získané na základe prieskumu medzi podnikmi s minimálne 10

zamestnancami s výnimkou podnikov finančného sektora, ktorý realizoval Eurostat, štatistický úrad EÚ. Zachytené je časové obdobie od roku 2011 až po rok 2020. V dotazníku respondenti odpovedali na nasledujúcu otázku: Dostával váš podnik v predchádzajúcom roku objednávky na tovary alebo služby prostredníctvom webovej stránky alebo aplikácie (nie formou manuálne písaného e-mailu)?

Vidíme, že od roku 2011, kedy bol priemerný podiel podnikov v EÚ s elektronickým obchodom na úrovni 15 %, vzrástol tento podiel do roku 2020 na 21 %. V priebehu desiatich rokov vzrástol percentuálny podiel podnikov s elektronickým obchodom iba o 6 percentuálnych bodov.

Ak sa pozrieme na posledné skúmané roky, tak najvyšší podiel podnikov s elektronickým obchodom v roku 2019 aj 2020 bol v EÚ v Írsku (39 %), ďalej v roku 2020 nasledovali Dánsko a Švédsko. V roku 2020 väčšina krajín zaznamenala nárast podielu podnikov s elektronickým obchodom, najväčší bol v Rakúsku o 6 percentuálnych bodov. Ale sú aj také, v ktorých podiel poklesol, a to najviac v Belgicku o 5 percentuálnych bodov a vo Fínsku až o 7 percentuálnych bodov. Celkovo podiel podnikov s elektronickým obchodom poklesol alebo stagnoval až v 11 členských krajinách, čo mohlo byť spôsobené tým, že mnohé podniky zanikli kvôli pandémie a s ňou súvisiacimi opatreniami.<sup>52</sup>

**Graf č. 1: Podniky EÚ obchodujúce elektronicky (v %)**



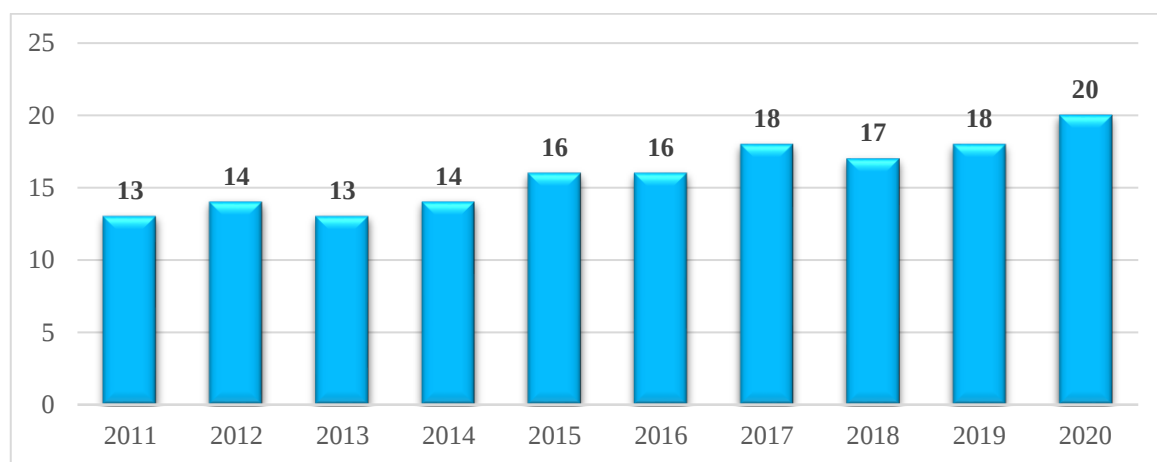
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *E-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_eseln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=en)

<sup>52</sup> EUROSTAT. *E-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_eseln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=en)

Graf č. 2 zobrazuje priemerný podiel obratu podnikov z elektronického obchodu na ich celkovom obrate v rámci EÚ počas rokov 2011 až 2020. Priemer EÚ bol v roku 2020 na úrovni 20 %, pričom od roku 2011 vzrástol o 7 percentuálnych bodov.

Ak sa pozrieme na priemerný podiel obratu podnikov z elektronického obchodu na celkovom obrate v jednotlivých členských krajinách v roku 2020, tak najväčší priemerný podiel na celkovom obrate mal v roku 2020 elektronický obchod v podnikoch v Írsku (44 %), pričom tento podiel vzrástol až o 10 percentuálnych bodov oproti roku 2019. Potom nasleduje Belgicko (31 %) a Česko (30 %). Na druhej strane, najmenší podiel na celkovom obrate má obrat elektronického obchodu v podnikoch na Cypre (6 %), v Bulharsku (6 %) a Grécku (4 %).<sup>53</sup>

**Graf č. 2: Priemerný podiel obratu podnikov z elektronického obchodu na celkovom obrate (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov z databázy EUROSTAT. *Value of e-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_evaln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_evaln2/default/table?lang=en)

Následne porovnávame priemerný podiel podnikov v EÚ, ktoré využívajú elektronický obchod pri obchodovaní na domácom trhu s podielom podnikov, ktoré využívajú elektronický obchod s ostatnými členskými krajinami EÚ a s 3. krajinami sveta v rokoch 2011 až 2019. Ide o údaje získané na základe prieskumu, ktorý každé 2 roky realizuje Eurostat, štatistický úrad EÚ. Z grafu č. 3 vidíme, že najväčší percentuálny podiel podnikov v EÚ využíva elektronický obchod iba v domácej krajine, pričom sa tento podiel

<sup>53</sup> EUROSTAT. *Value of e-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_evaln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_evaln2/default/table?lang=en)

zvýšil od roku 2011 o 5 percentuálnych bodov na hodnotu 19 %. Čo sa týka cezhraničného elektronického obchodu s inými členskými štátmi EÚ, tak ten využíva v súčasnosti v priemere len 9 % podnikov a jeho rast je mierny a v posledných rokoch až stagnujúci. Najmenší percentuálny podiel podnikov EÚ v priemere využíva elektronický obchod v 3. krajinách, iba 5 % podnikov v roku 2019, pričom oproti roku 2011 ide o nárast iba o 2 percentuálne body.

V roku 2019 bol najvyšší podiel podnikov s elektronickým obchodom vo vlastnej krajine v Írsku (38 %), Dánsku (32 %) a Švédsku (32 %). Najväčší nárast zaznamenalo Írsko o 7 percentuálnych bodov, Česká republika, Belgicko a Malta o 6 percentuálnych bodov. Naopak, najnižší podiel podnikov s elektronickým obchodom vo vlastnej krajine má Grécko (11 %), Bulharsko (10 %) a Rumunsko (10 %). Najväčší pokles bol v Nemecku, a to o 5 percentuálnych bodov.

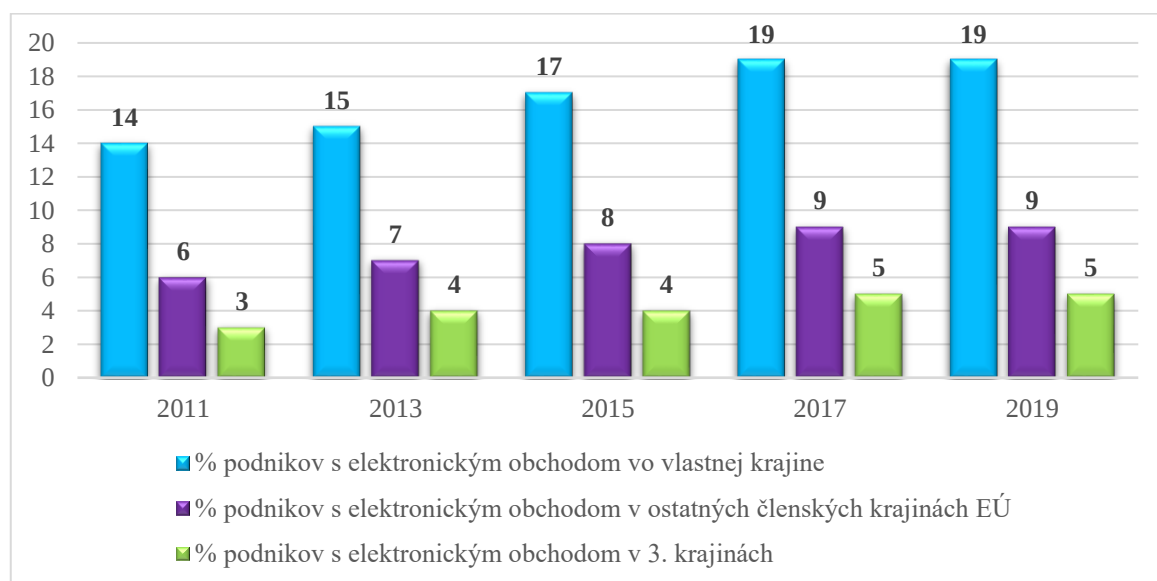
Najväčší podiel podnikov, ktoré realizovali elektronický obchod s ostatnými členskými štátmi EÚ, malo v roku 2019 Írsko (18 %), Belgicko (16 %) a Česká republika (16 %). Najväčší nárast bol v Rumunsku, a to o 4 percentuálne body. Na druhej strane, krajiny s najnižším podielom podnikov, ktoré realizovali elektronický obchod aj v iných krajinách EÚ ako len vo vlastnej, boli Rumunsko (6 %), Grécko (4 %) a Bulharsko (3 %). Najväčší pokles oproti roku 2017 zaznamenalo práve Grécko, a to o 3 percentuálne body.

Podiel podnikov jednotlivých krajín EÚ, ktoré obchodujú okrem vlastnej krajiny a ostatných členských štátov EÚ aj s tretími krajinami, na celkovom počte podnikov bol najväčší v roku 2019 v Írsku (12 %), Malte (10 %) a Rakúsku (9 %). Najväčší nárast podielu takýchto podnikov na celkovom počte podnikov zaznamenalo Belgicko, o 3 percentuálne body. Krajiny s najmenším podielom podnikov s elektronickým obchodom s tretími krajinami sú Bulharsko (2 %), Rumunsko (2 %) a Slovensko (2 %).<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> EUROSTAT. *E-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_eseln2/default/table?lang=e](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=e)

**Graf č. 3: Priemerný podiel podnikov v EÚ s elektronickým obchodom vo vlastnej krajine, ostatných členských krajinách EÚ a 3. krajinách sveta (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *E-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_eseln2/default/table?lang=e](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=e)

#### 4.1.1 Prekážky elektronického obchodu z pohľadu podnikov

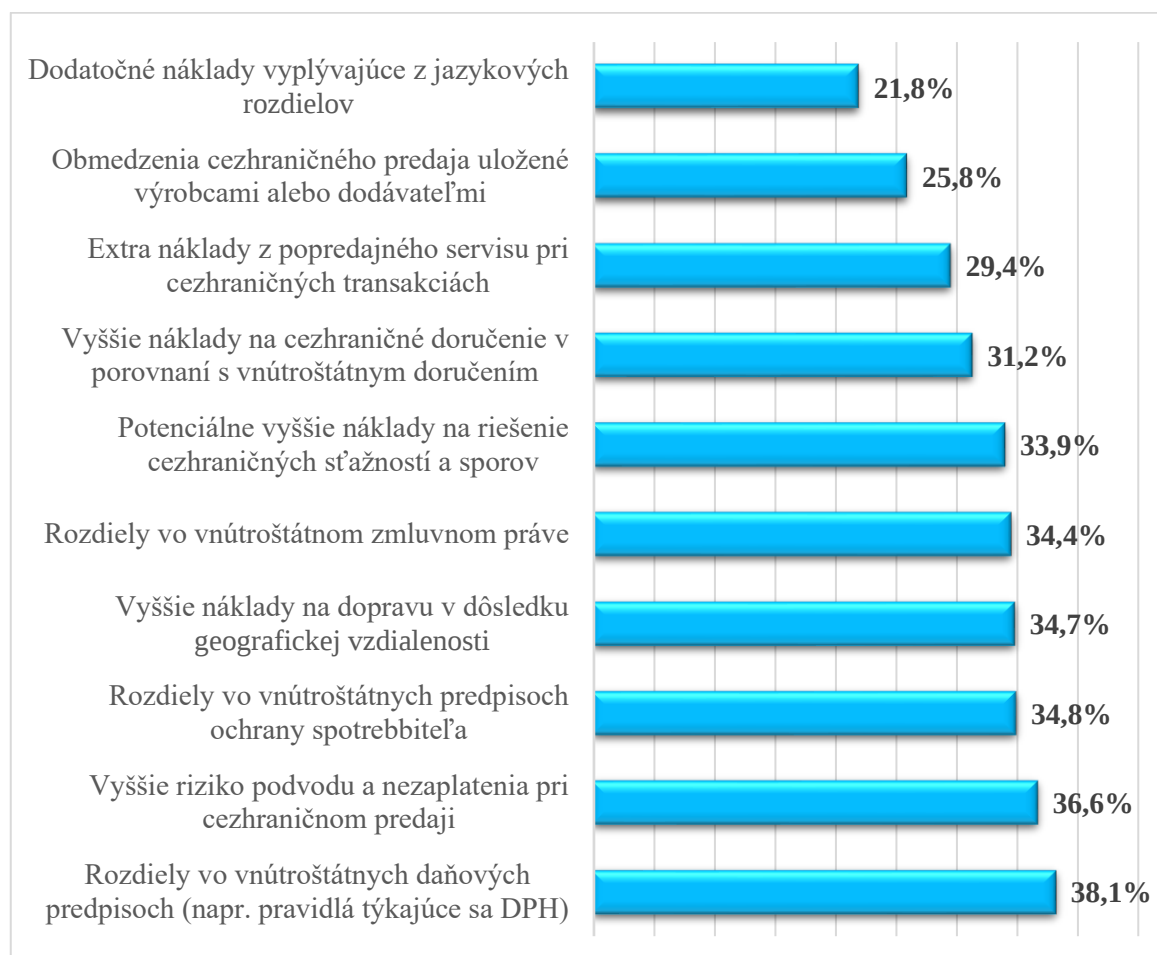
Tak ako mnohé iné oblasti i prostredie elektronického obchodu nefunguje bezproblémovo. Mnohé podniky obchodujúce elektronicky sa stretávajú s prekážkami a nepríjemnosťami, ktoré musia počas podnikania riešiť. Niektoré sú už postupne odstraňované, ale s inými sa zatiaľ musia naučiť fungovať. V tejto podkapitole sa venujeme tým, ktoré samotné podniky uvádzajú ako najdôležitejšie.

Nasledujúce údaje pochádzajú z prieskumu, ktorý skúma postoje maloobchodníkov týkajúce sa cezhraničného obchodu a ochrany spotrebiteľov. Realizuje ho spoločnosť Kantar Public Brussels v 27 členských štátoch EÚ, Islande, Nórsku a Veľkej Británii. Prieskum sa konal od 2.5. 2018 do 26.6. 2018 na vzorke 400 maloobchodných spoločností predávajúcich tovary alebo služby konečným spotrebiteľom a zamestnávajúcich najmenej 10 pracovníkov. V Luxembursku, Cypre, Islande a Malte bolo iba 150 respondentov, z čoho vyplýva väčšia miera chybovosti v týchto krajinách.<sup>55</sup>

<sup>55</sup> CONSUMERS, HEALTH, AGRICULTURE AND 'FOOD EXECUTIVE AGENCY. *Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection* [online]. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e62cce94-ecc5-11ea-b3c6-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>

Na grafe č. 4 vidíme prekážky cezhraničného elektronického obchodu v EÚ, ktoré podniky s elektronickým obchodom považujú za najdôležitejšie. Najviac podnikov (až 38,1 %) uviedlo ako najdôležitejšiu prekážku rozdiely vo vnútroštátnych daňových predpisoch. Ďalej nasledovalo zvýšené riziko podvodu alebo nezaplatenia pri cezhraničnom predaji, čo uviedlo 36,6 % podnikov. 34 % podnikov považuje za veľmi dôležité prekážky cezhraničného elektronického obchodu rozdiely v predpisoch o ochrane spotrebiteľa v jednotlivých členských krajinách, vyššie náklady na dopravu, rozdiely v zmluvnom práve a vyššie náklady na riešenie cezhraničných sporov a sťažností. Najmenej podnikov, iba 21,8 %, považuje za najdôležitejšiu prekážku vyššie náklady vyplývajúce z jazykových rozdielov.

**Graf č. 4: Najvýznamnejšie prekážky cezhraničného elektronického obchodu v EÚ podľa podnikov obchodujúcich elektronicky (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa CONSUMERS, HEALTH, AGRICULTURE AND 'FOOD EXECUTIVE AGENCY. *Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection* 2019 [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e62cce94-ecc5-11ea-b3c6-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>

Na grafe č. 5 vidíme, že za najdôležitejšiu prekážku cezhraničného elektronického obchodu považujú podniky, ktoré nevyužívajú na svoje podnikateľské aktivity elektronický obchod, povahu svojho podnikania, a to až 46,5 %. Druhou najväčšou prekážkou sú dodatočné pravidlá ochrany spotrebiteľa, čo uviedlo 44,8 % podnikov. Ďalej nasleduje zvýšené riziko podvodu a nezaplatenia a mimoriadne vedomosti v oblasti IT, čo uviedlo 38 % podnikov. Pre približne 35 % podnikov sú najdôležitejšie prekážky týkajúce sa potreby dodatočného kapitálu pre investície do vývoja IT aplikácií a vyšších nákladov na doručenie.

**Graf č. 5: Najvýznamnejšie prekážky cezhraničného elektronického obchodu v EÚ podľa podnikov neobchodujúcich elektronicky (v %)**

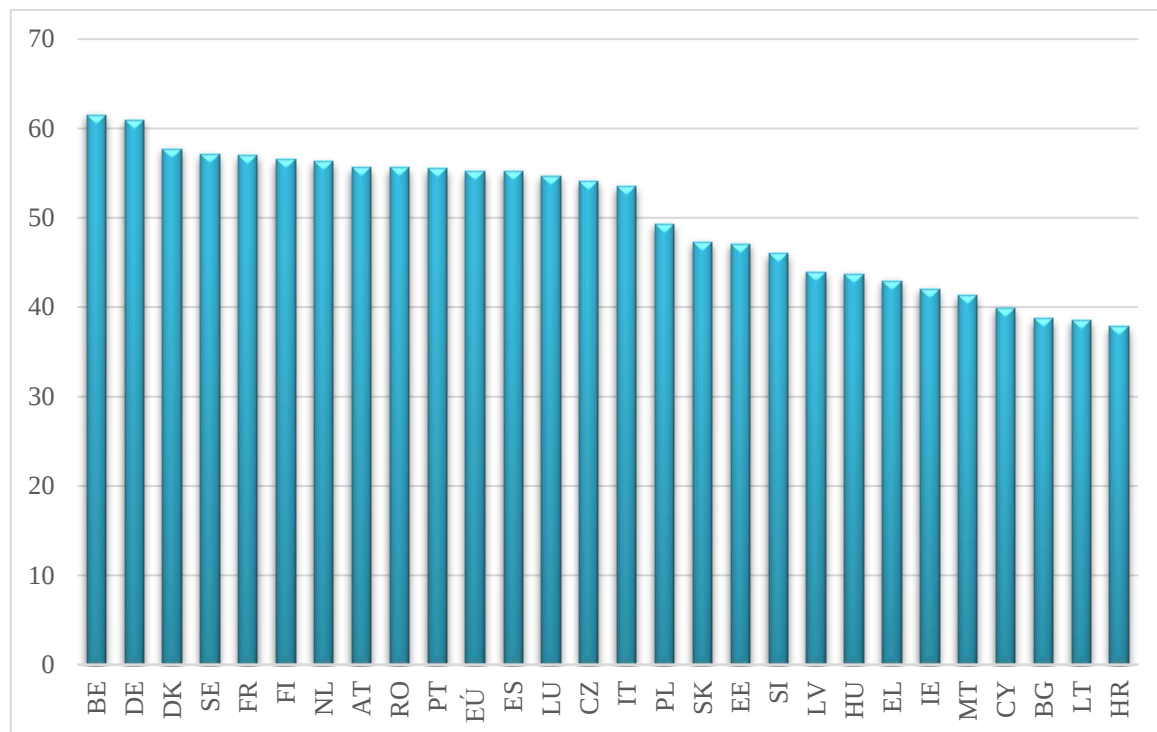


Zdroj: Vlastné spracovanie podľa CONSUMERS, HEALTH, AGRICULTURE AND 'FOOD EXECUTIVE AGENCY. *Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection* 2018 [online]. [Citované 9.12. 2021]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e62cce94-ecc5-11ea-b3c6-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>

Najväčšie znalosti o právach spotrebiteľov majú maloobchodníci v Belgicku a Nemecku, ako vidíme na grafe č. 6, a to okolo 61 % zo všetkých maloobchodníkov v krajine. Vyššie znalosti o právach spotrebiteľov, ako je priemer EÚ (55,2 %), majú maloobchodníci v Dánsku, Švédsku, Francúzsku, Fínsku, Holandsku, Rakúsku, Rumunsku a Portugalsku. Naopak, najnižšie znalosti o právach spotrebiteľov majú maloobchodníci z Bulharska, Litvy a Chorvátska, a to približne 38 %. Čo sa týka Slovenska, tak povedomie

o právach spotrebiteľov medzi maloobchodníkmi je na úrovni 47,3 %, čo je pod európskym priemerom.

**Graf č. 6: Znalosti o právach spotrebiteľov v krajinách EÚ (% maloobchodníkov)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa CONSUMERS, HEALTH, AGRICULTURE AND 'FOOD EXECUTIVE AGENCY. *Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection 2018* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e62cce94-ecc5-11ea-b3c6-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>

## 4.2 Elektronický obchod z pohľadu jednotlivcov EÚ

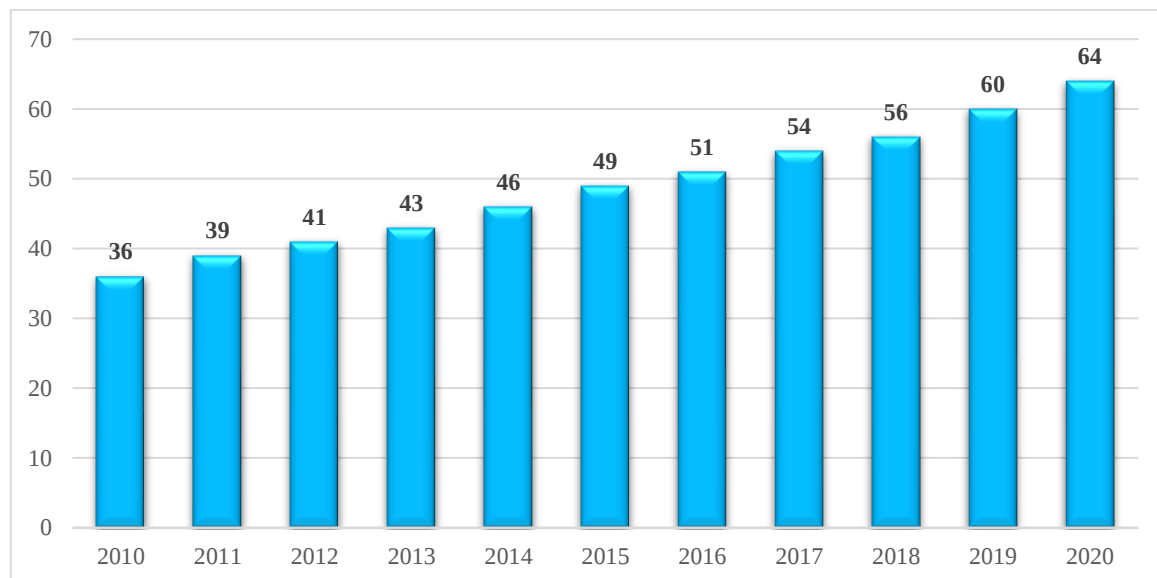
Jednotlivci sú taktiež dôležitou súčasťou elektronického obchodu. Ak by nevytvárali dopyt po takomto spôsobe predaja, tak by nebolo možné ho vôbec realizovať.

Na grafe č. 7 vidíme priemerný podiel jednotlivcov v EÚ, ktorí využívajú na nákup tovarov alebo služieb online formu, z celkového počtu jednotlivcov za roky 2010 až 2020.

Vo všetkých členských krajinách EÚ sa podiel jednotlivcov nakupujúcich tovary a služby online navýšil resp. sa nezmenil. Najväčší podiel obyvateľov, ktorí nakupujú online, bol v roku 2020 v Dánsku (89 %), Holandsku (87 %), Švédsku (84 %) a Nemecku (83 %). Najmenší podiel jednotlivcov, ktorí realizujú online nákup tovarov a služieb, bol v roku 2020 v Portugalsku (45 %), Rumunsku (38 %) a Bulharsku (31 %). Najväčší nárast online

nákupov jednotlivcami bol zaznamenaný v Rumunsku (o 15 percentuálnych bodov), Maďarsku (o 11 percentuálnych bodov) a Chorvátsku (o 10 percentuálnych bodov).<sup>56</sup>

**Graf č. 7: Podiel jednotlivcov v EÚ nakupujúcich elektronicky (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Internet purchases by individuals (until 2019)* [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné na:

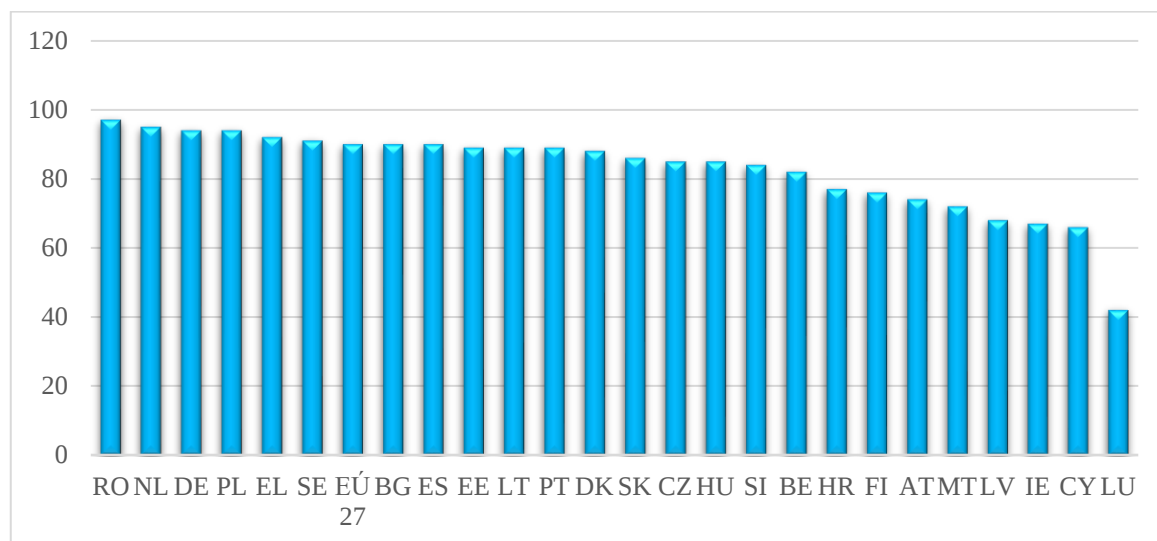
[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_ibuy/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ibuy/default/table?lang=en)

EUROSTAT. *Internet purchases by individuals (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_ib20/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ib20/default/table?lang=en)

Percentuálny podiel jednotlivcov, ktorí nakúpili online u predajcov v domácej krajine zo všetkých, čo nakúpili tovar online formou v roku 2020, je zobrazený na grafe č. 8. Môžeme si všimnúť, že za sledované obdobie najväčší podiel jednotlivcov, ktorí nakúpili online u predajcov vo vlastnej krajine, bol v Rumunsku (97 %), Holandsku (95 %), Nemecku (94 %) a Poľsku (94 %). Na druhej strane, najmenší podiel jednotlivcov, ktorí realizovali online nákup u predajcov v domácej krajine, bol v Luxembursku (42 %), pričom priemer EÚ bol približne na úrovni 90 %.

<sup>56</sup> EUROSTAT. *Internet purchases by individuals (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_ib20/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ib20/default/table?lang=en)

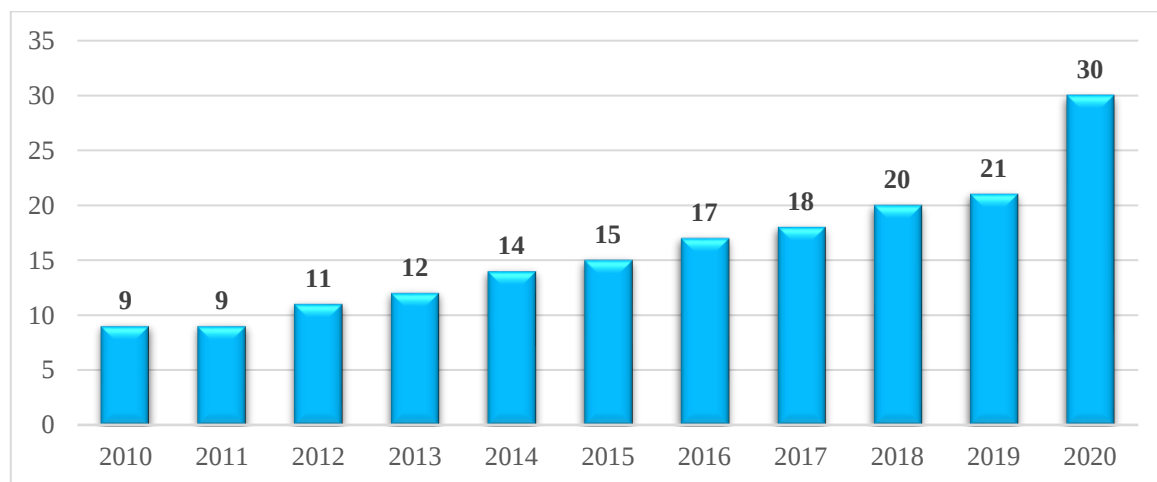
**Graf č. 8: Podiel jednotlivcov nakupujúcich elektronicky u predajcov v domácej krajine v roku 2020 (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Internet purchases – origin of sellers (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBOS\\_\\_custom\\_566909/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBOS__custom_566909/default/table?lang=en)

Na grafe č. 9 vidíme podiely cezhraničného elektronického nakupovania jednotlivcov v EÚ. Od roku 2010 do roku 2019 tento podiel kontinuálne rástol, pričom v roku 2020 bol zaznamenaný výrazný nárast až o 9 percentuálnych bodov na hodnotu 30 %.

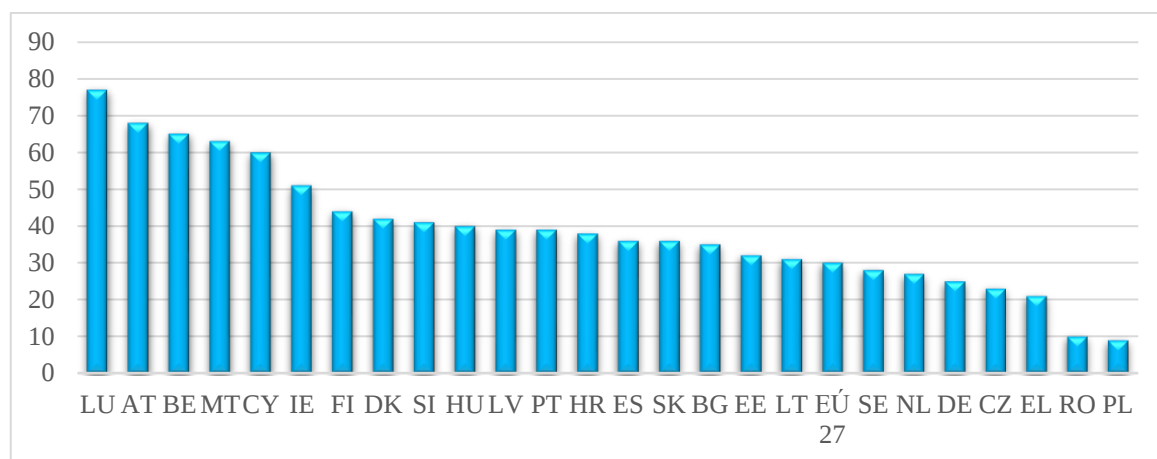
**Graf č. 9: Podiel jednotlivcov EÚ nakupujúcich elektronicky u predajcov v ostatných členských krajinách EÚ od roku 2010 do roku 2020 (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Individuals using the internet for ordering goods or services from other EU countries* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00003/default/table?lang=en>  
Eurostat. *Internet purchases – origin of sellers (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBOS\\_\\_custom\\_566909/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBOS__custom_566909/default/table?lang=en)

Graf č. 10 zobrazuje podiel jednotlivcov, ktorí v roku 2020 zrealizovali online nákup v niektorej členskej krajine EÚ okrem domácej. Najväčší podiel jednotlivcov, ktorí zrealizovali cezhraničný online nákup, bol v Luxembursku (77 %), Rakúsku (68 %) a Belgicku (65 %). Najmenší podiel jednotlivcov nakupujúcich v iných štátoch EÚ ako v domácej bol za sledované obdobie v Rumunsku (10 %) a Poľsku (9 %). Priemer EÚ bol približne na úrovni 30 %.

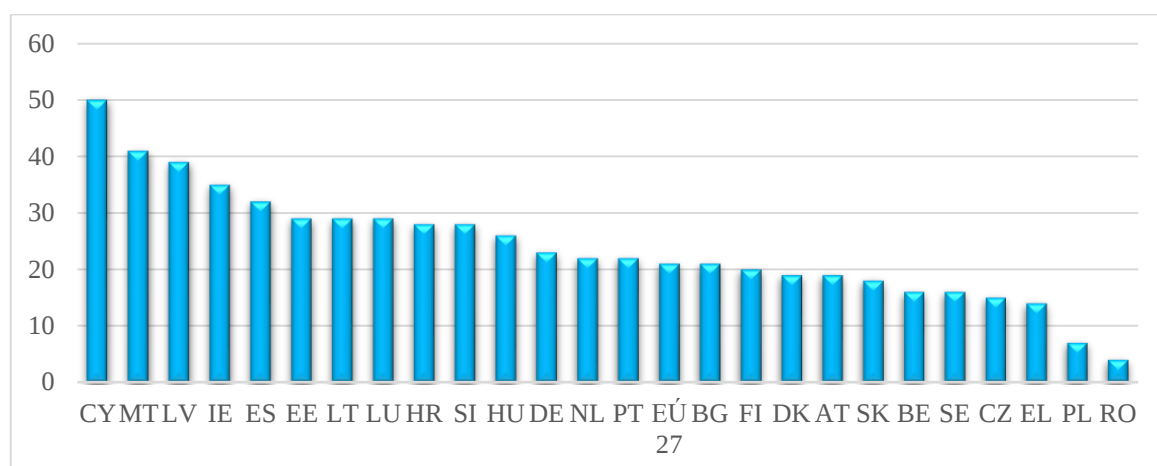
**Graf č. 10: Podiel jednotlivcov nakupujúci elektronicky v ostatných členských krajinách EÚ okrem domácej v roku 2020 (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Internet purchases – origin of sellers (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-21.2]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBOS\\_\\_custom\\_566909/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBOS__custom_566909/default/table?lang=en)

Podiel jednotlivcov EÚ, ktorí nakúpili elektronicky v roku 2020 v tretích krajinách, je zobrazený v grafe č. 11. Vidíme, že najviac jednotlivcov, ktorí v roku 2020 nakúpili online u predajcov z tretích krajín, bolo z Cypru (50 %) a Malty (41 %). Najmenej jednotlivcov, ktorí nakúpili online v tretej krajine, bolo v Poľsku (7 %) a Rumunsku (4 %).

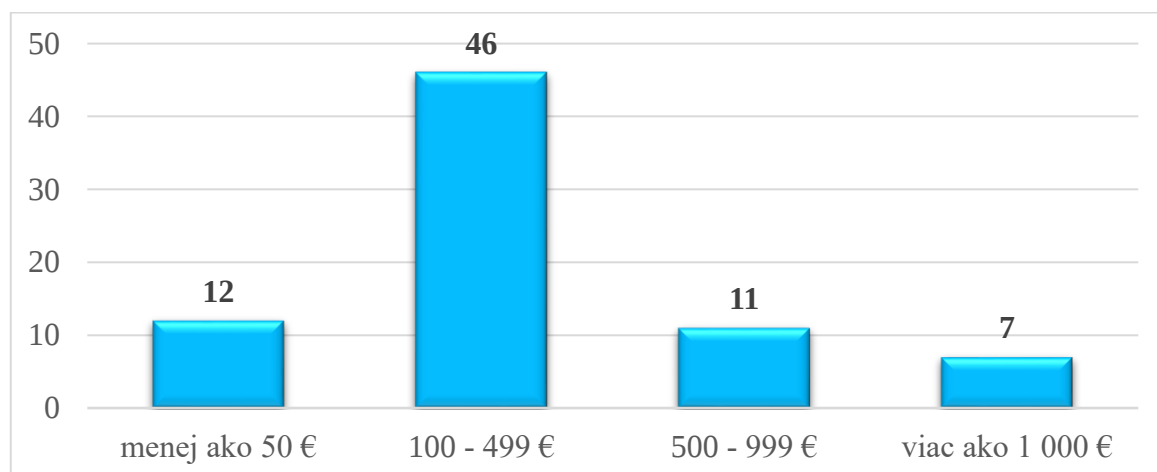
Graf č. 11: Podiel jednotlivcov nakupujúcich elektronicky v tretích krajinách (v %)



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Internet purchases - origin of sellers (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBOS\\_\\_custom\\_566909/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBOS__custom_566909/default/table?lang=en)

Graf č. 12 zobrazuje priemernú výšku vynaložených peňažných prostriedkov jednotlivcov v EÚ za online nákupy za prvé 3 mesiace roku 2020. Najviac jednotlivcov členských štátov EÚ minulo na online nákupy 100 – 499 € (až 46 %), 12 % minulo menej ako 50 €, 11 % nakúpilo online tovar v rozmedzí od 500 do 999 € a za viac ako 1 000 € nakúpilo online iba 7 % jednotlivcov v EÚ.

Graf č. 12: Vynaložené peňažné prostriedky na online nákupy jednotlivcov v EÚ v prvom kvartáli roku 2020 (v %)

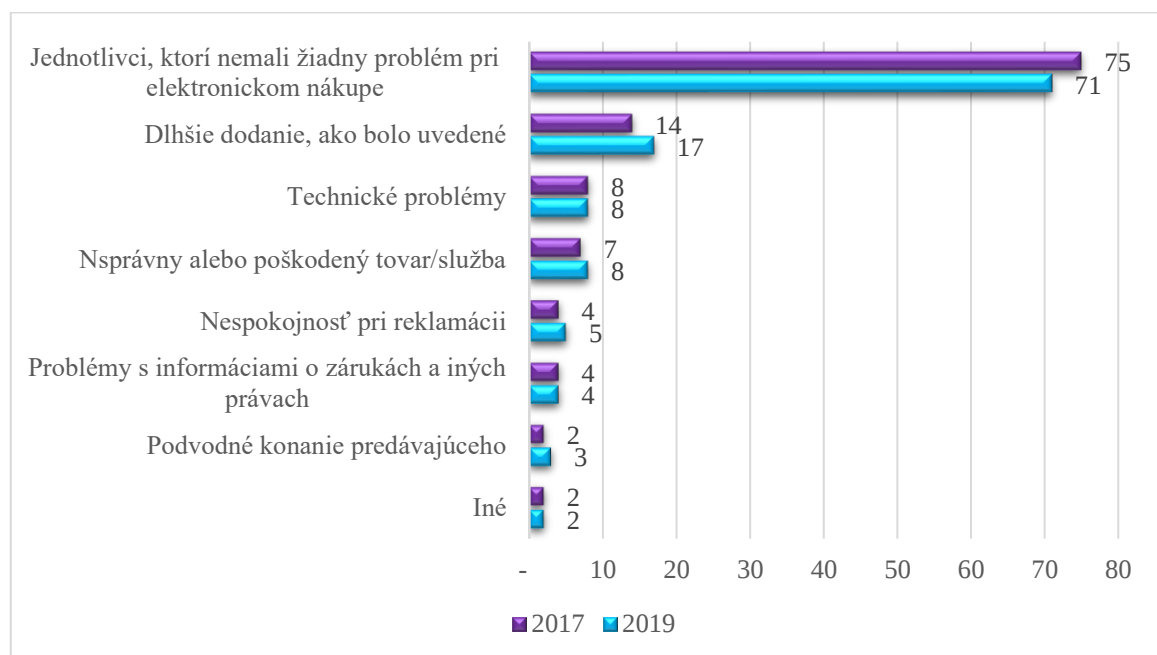


Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Internet purchases - money spent (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-21.2]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBM\\_\\_custom\\_566939/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBM__custom_566939/default/table?lang=en)

#### 4.2.1 Prekážky elektronického obchodu vnímané jednotlivcami

Najčastejšie prekážky, s ktorými sa stretávajú jednotlivci členských krajín EÚ počas online nákupu, vidíme na grafe č. 13. V roku 2019 až 71 % jednotlivcov z EÚ, ktorí objednali online tovar alebo službu, nemalo žiadny problém pri elektronickom nákupe, čo predstavuje pokles o 4 percentuálne body oproti roku 2017. S dlhším dodaním ako obchodníci uvádzali, sa v roku 2019 stretlo 17 % jednotlivcov, z tých, ktorí zakúpili tovar alebo službu online, čo predstavuje nárast o 3 percentuálne body oproti roku 2017. 8 % jednotlivcov malo počas online nákupu v roku 2019 i 2017 technické problémy, o 1 percentuálny bod sa zvýšil podiel jednotlivcov, ktorým bol dodaný nesprávny alebo poškodený tovar alebo služba. Menší podiel jednotlivcov, z tých, čo nakúpili tovar alebo službu online v danom roku, boli nespokojní s priebehom reklamácie, mali problémy s informáciami o zárukách alebo iných právach.

Graf č. 13: **Prekážky, s ktorými sa stretávajú jednotlivci počas online nákupu (% jednotlivcov, ktorí nakúpili za daný rok tovar alebo služby online)**

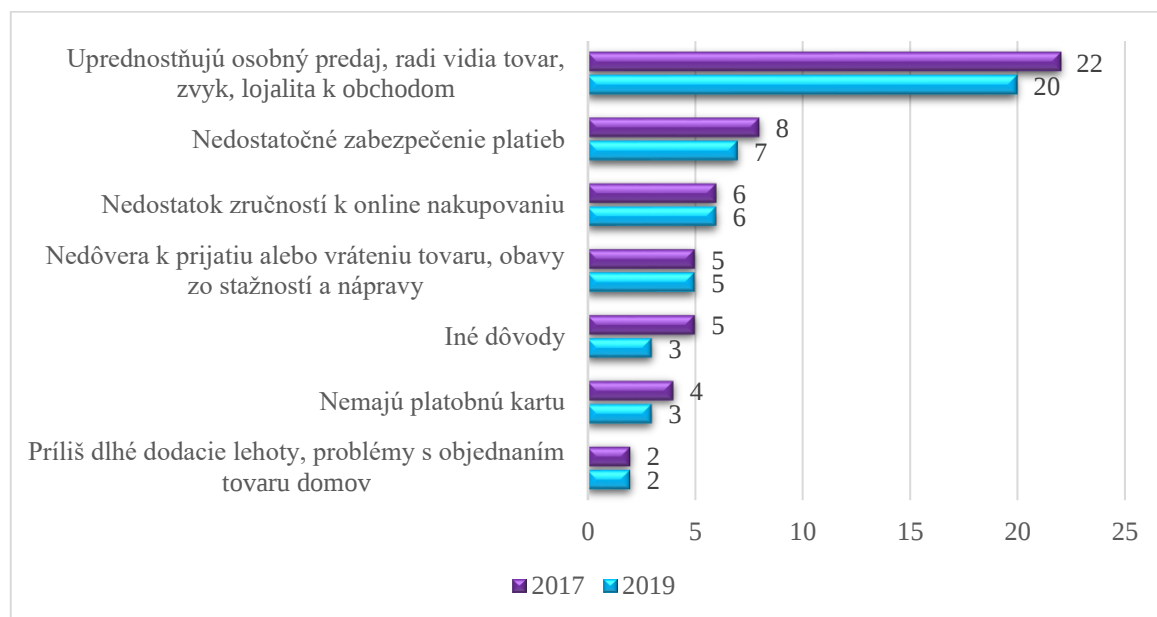


Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Problems encountered by individuals when buying/ordering over the internet* [online]. [cit. 2021-02-16]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_iprb/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_iprb/default/table?lang=en)

Graf č. 14 zobrazuje najčastejšie dôvody, pre ktoré jednotlivci v EÚ nenakupujú tovary prostredníctvom internetu v rokoch 2017 a 2019. V roku 2019 najväčší podiel jednotlivcov (20 %) uprednostňovalo nákup v kamenných predajniach z toho dôvodu, že

radi vidia tovar, zo zvyku alebo sú lojálni k obchodom, pričom tento podiel klesol oproti roku 2017 o 2 percentuálne body. Ďalšími dôvodmi s nižším percentuálnym podielom boli obavy z nedostatočného zabezpečenia platieb, nedostatok zručností pre online nakupovanie, nedostatok dôvery k celkovému procesu online nákupu, nevlastnia bankomatovú kartu, príliš dlhé dodacie lehoty.

**Graf č. 14: Dôvody jednotlivcov v EÚ, pre ktoré nevyužívajú online nákup tovarov v rokoch 2017 a 2019 (% jednotlivcov)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Perceived barriers to buying/ordering over the internet* [online]. [cit. 2021-02-16]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_inb/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_inb/default/table?lang=en)

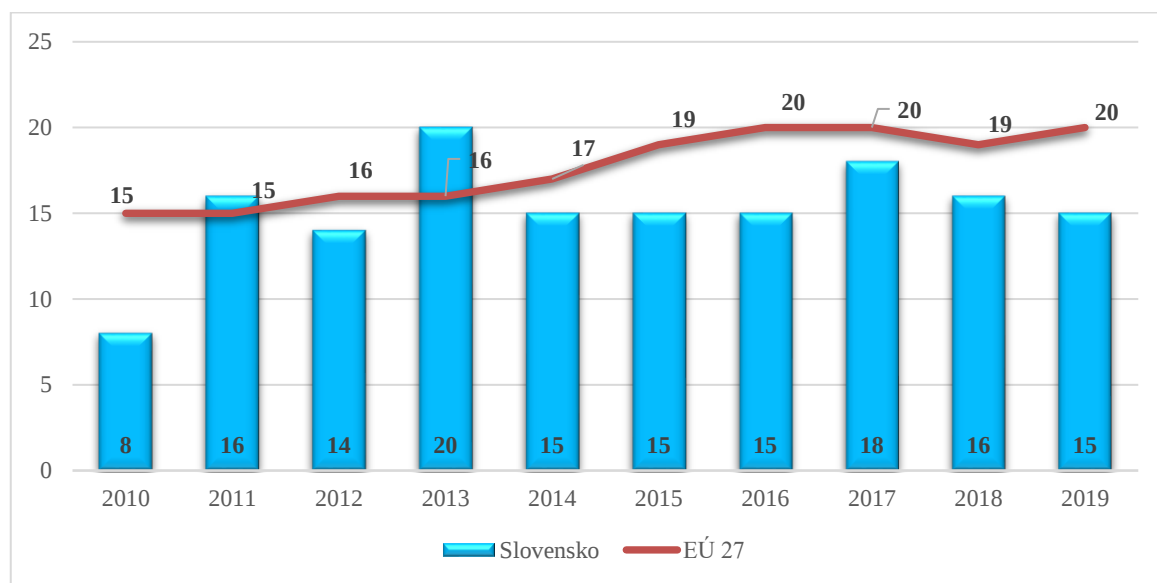
### 4.3 Elektronický obchod v Slovenskej republike

Mnohé podniky i jednotlivci v Slovenskej republike sa aktívne zapájajú a využívajú výhody elektronického obchodu. V porovnaní s inými štátmi sa však zaraďujeme k tým menej aktívnym krajinám v tejto oblasti.

Graf č. 15 zobrazuje podiel podnikov na Slovensku, ktoré využívajú elektronický obchod, na celkovom počte podnikov a jeho porovnanie s priemerom EÚ v rokoch 2010 až 2019. V roku 2010 bol podiel podnikov s elektronickým obchodom najnižší, iba 8 %. Oproti priemeru EÚ bol o 7 percentuálnych bodov menší. V ďalšom roku si môžeme všimnúť, že sa tento podiel zdvojnásobil a v roku 2013 bol na úrovni 20 %, čo bol najvyšší podiel v

celom sledovanom období a o 4 percentuálne body vyšší ako priemer EÚ. V ostatných 2 rokoch vidíme mierny pokles, pričom v roku 2019 bol na úrovni 15 %, čo je pod európskym priemerom, ktorý v roku 2019 predstavoval 20 %-ný podiel podnikov s elektronickým obchodom.

**Graf č. 15: Podiel podnikov v SR obchodujúcich elektronicky na celkovom počte podnikov v rokoch 2010 - 2019 (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *E-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_eseln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=en)

V tabuľke č. 6 môžeme sledovať vývoj percentuálneho zastúpenia podnikov na Slovensku, ktoré predávajú prostredníctvom elektronického obchodu na domácom trhu, do ostatných členských krajín EÚ a do tretích krajín. Podiel podnikov realizujúcich elektronický obchod v tuzemsku bol v roku 2019 14 %. Oproti roku 2017 poklesol o 3 percentuálne body. Podiel podnikov s elektronickým obchodom do ostatných krajín EÚ bol v roku 2019 na úrovni 7 % a do tretích krajín iba 2 %.

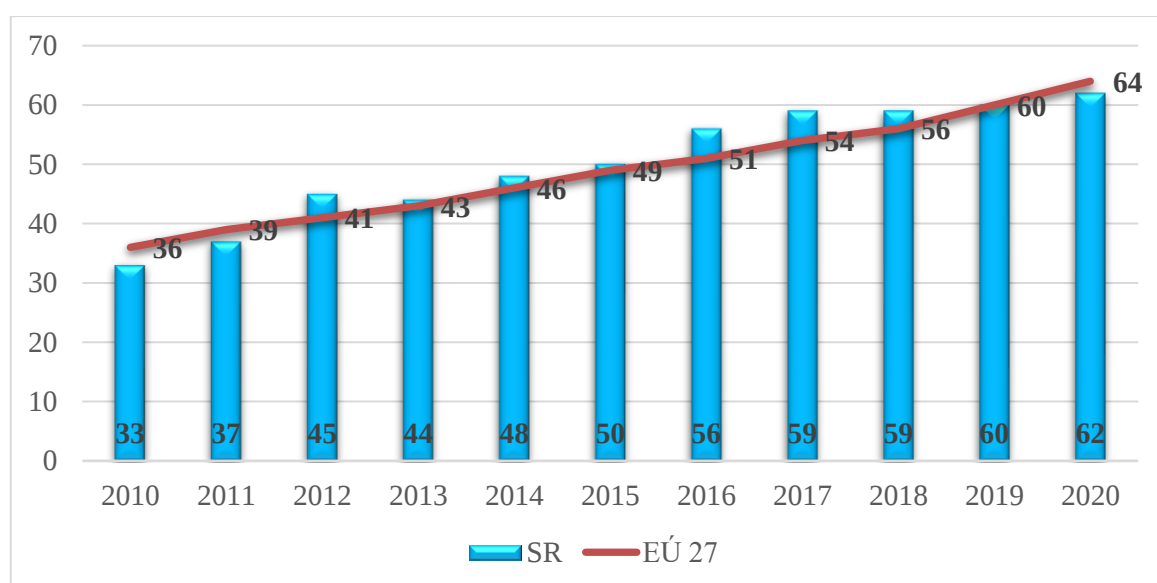
**Tabuľka č. 6: Podiel podnikov na Slovensku s elektronickým obchodom (v %)**

|                                                           | 2011 | 2013 | 2015 | 2017 | 2019 |
|-----------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| Podniky s elektronickým obchodom vo vlastnej krajine      | 15   | 18   | 14   | 17   | 14   |
| Podniky s elektronickým obchodom v ostatných krajinách EÚ | 6    | 9    | 7    | 8    | 7    |
| Podniky s elektronickým obchodom vo zvyšku sveta          | 2    | 3    | 3    | 3    | 2    |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *E-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_eseln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=en)

Na grafe č. 16 môžeme vidieť podiel jednotlivcov zo všetkých jednotlivcov Slovenskej republiky, ktorí nakúpili v rokoch 2010 - 2020 tovary alebo služby prostredníctvom elektronického obchodu. Zároveň graf č. 16 zobrazuje porovnanie s priemerom 27 krajín EÚ. Podiel jednotlivcov, ktorí nakúpili tovary alebo služby elektronicky, sa od roku 2010, kedy bol na úrovni 33 %, postupne zvyšoval až na 62 %-ný podiel v roku 2020. Podiel jednotlivcov SR, ktorí nakupujú online tovary alebo služby, je v porovnaní s priemerom EÚ približne na rovnakej úrovni.

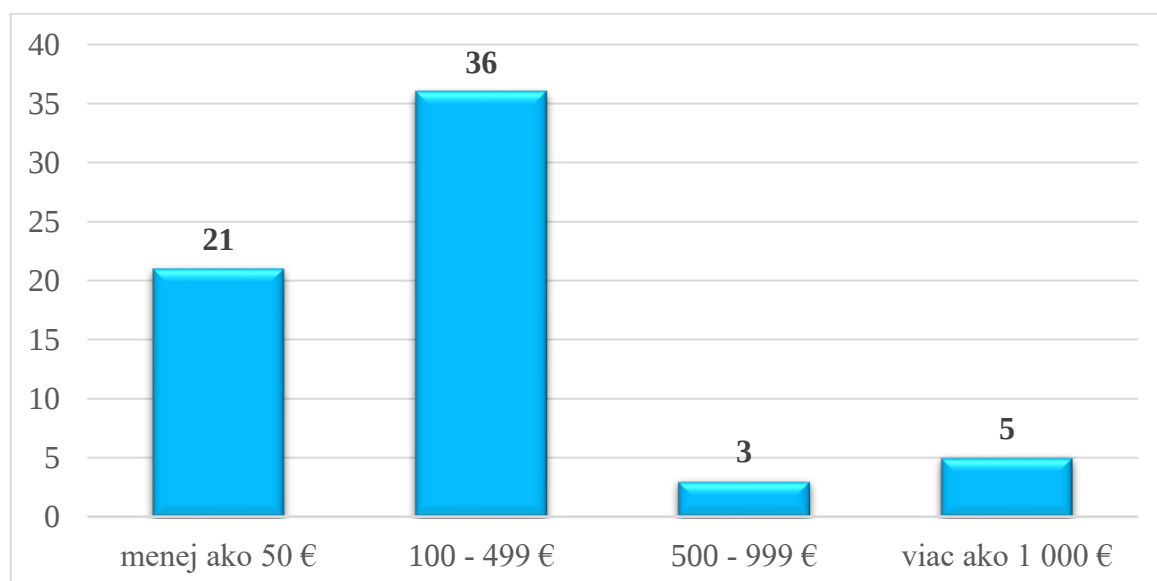
**Graf č. 16: Podiel jednotlivcov v SR nakupujúcich tovary alebo služby elektronicky v rokoch 2010 – 2020 (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Internet purchases by individuals (until 2019)* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_ibuy/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ibuy/default/table?lang=en)  
 EUROSTAT. *Internet purchases by individuals (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_ib20/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ib20/default/table?lang=en)

Výška vynaložených peňažných prostriedkov na nákupy tovarov alebo služieb cez internet jednotlivcov zo SR za prvý kvartál roku 2020 je zobrazená na grafe č. 17. Vidíme, že najväčší podiel jednotlivcov zo SR (36 %) minulo 100 – 499 €, 21 % jednotlivcov minulo menej ako 50 €, 5 % jednotlivcov utratilo za online nákupy viac ako 1000 € a iba 3 % zrealizovali nákup cez internet v hodnote od 500 do 999 €.

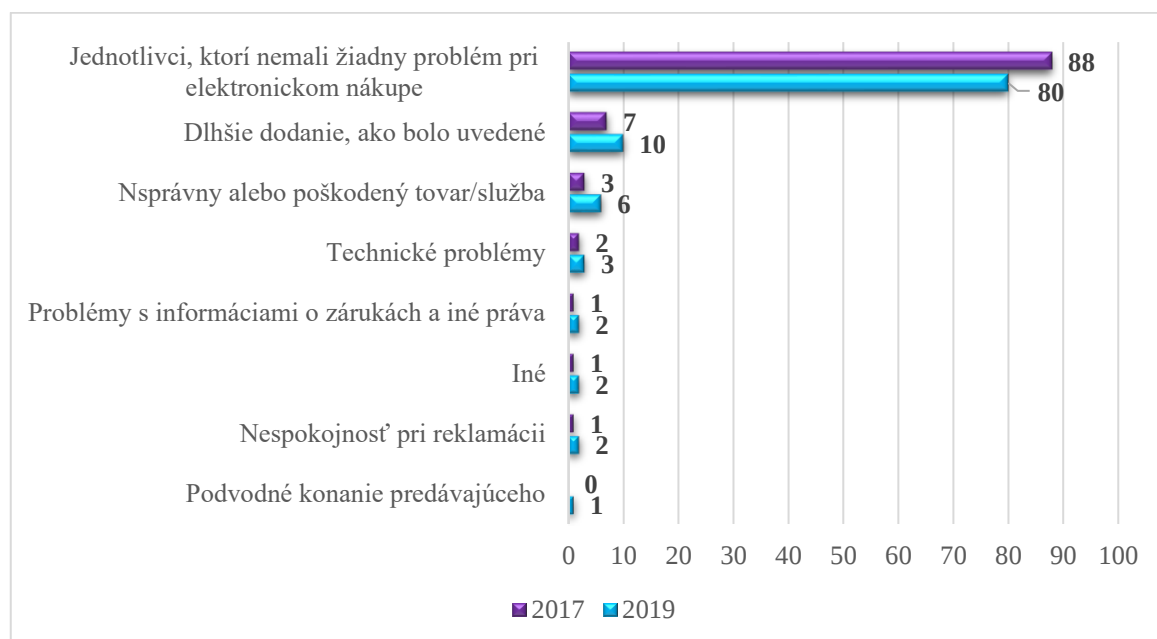
**Graf č. 17: Vynaložené peňažné prostriedky na online nákupy v prvom kvartáli roku 2020 (% jednotlivcov zo SR, ktorí nakúpili tovar elektronicky)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Internet purchases - money spent (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBM\\_\\_custom\\_566939/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBM__custom_566939/default/table?lang=en)

Graf č.18 zobrazuje prekážky, s ktorými sa stretávajú jednotlivci zo SR počas elektronického nákupu. Vidíme, že najčastejšie sa jednotlivci pri online nákupe stretli s dlhším dodaním ako bolo uvedené (10 %), pričom oproti roku 2017 sa ich podiel zvýšil o 3 percentuálne body. 6 % jednotlivcom bol doručený nesprávny alebo poškodený tovar. Až 80 % jednotlivcov uviedlo, že pri elektronickom nákupe nemali žiadny problém. V porovnaní s rokom 2017 ide o pokles o 8 percentuálnych bodov.

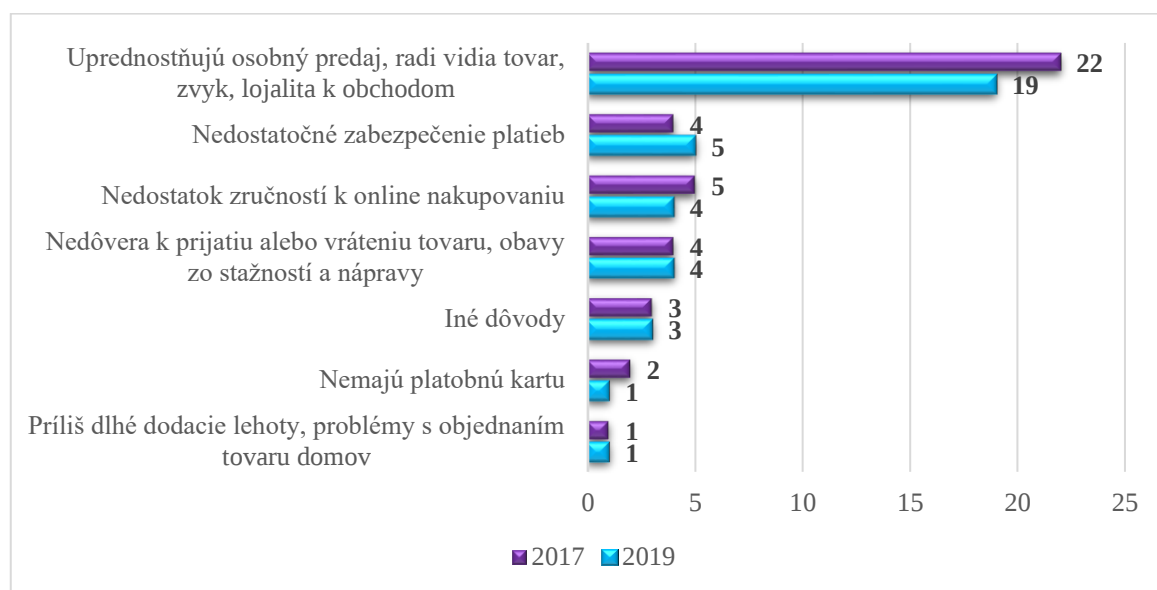
**Graf č. 18: Prekážky, s ktorými sa stretávajú jednotlivci v Slovenskej republike počas elektronického nákupu v rokoch 2017 a 2019 (% jednotlivcov zo SR, ktorí nakúpili za daný rok tovary alebo služby online)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Problems encountered by individuals when buying/ordering over the internet* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_iprb/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_iprb/default/table?lang=en)

Na grafe č. 19 vidíme dôvody, pre ktoré jednotlivci zo SR nenakupujú tovary alebo služby cez internet. V roku 2019 najviac jednotlivcov v SR (19 %) nevyužilo elektronický nákup z toho dôvodu, že uprednostňujú osobný predaj, radi vidia tovar, zo zvyku alebo sú lojálni k obchodom, pričom oproti roku 2017 bol zaznamenaný pokles o 3 percentuálne body. Ďalšími dôvodmi jednotlivcov v SR odrádzajúcimi od kúpy cez internet v roku 2019 bolo nedostatočné zabezpečenie platieb (5 %), nedostatok zručností na online nakupovanie (4 %), nedôvera k prijatiu alebo vráteniu tovaru, obavy zo sťažností a nápravy (4 %), iné dôvody (3 %), nemajú platobnú kartu (1 %), príliš dlhé dodacie lehoty a problémy s objednaním tovaru domov (1 %). Dôvody, pre ktoré jednotlivci v SR nenakupujú cez internet, boli v roku 2019 porovnateľné s rokom 2017.

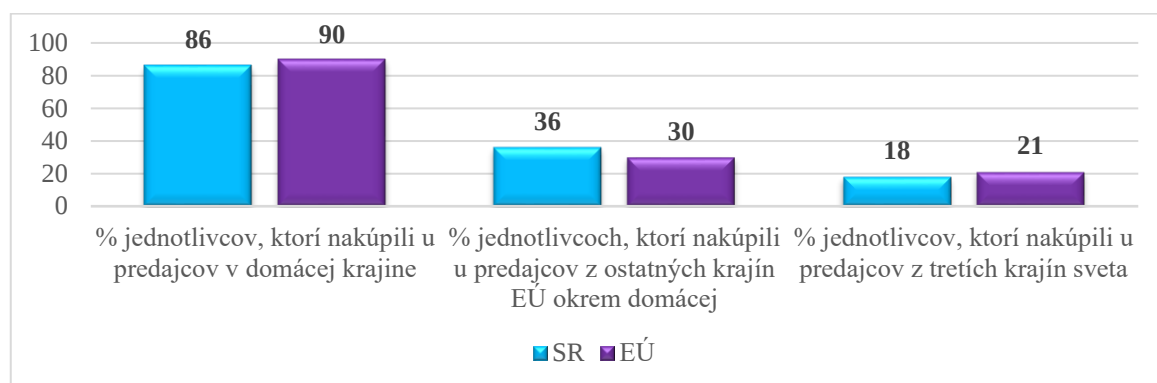
**Graf č. 19: Dôvody jednotlivcov SR, pre ktoré nevyužívajú online nákup tovarov alebo služieb v rokoch 2017 a 2019 (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Perceived barriers to buying/ordering over the internet* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_inb/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_inb/default/table?lang=en)

Na grafe č. 20 vidíme, že najviac jednotlivcov v SR z tých, čo nakúpili za prvý kvartál roku 2020 cez internet, nakúpilo u predajcov v domácej krajine (až 86 %, pričom priemer EÚ je na úrovni 90 %). 36 % jednotlivcov v SR nakúpilo cez internet v ostatných členských krajinách EÚ, čo predstavuje vyšší percentuálny podiel ako je priemer EÚ, ktorý bol za prvý kvartál roku 2020 na úrovni 30 %. Ďalej si môžeme všimnúť, že iba 18 % jednotlivcov v SR nakúpilo online v tretích krajinách sveta, pričom priemer EÚ je mierne vyšší (21 %).

Graf č. 20: **Podiel jednotlivcov v SR, ktorí nakúpili cez internet v domácej krajine, v ostatných krajinách EÚ a v tretích krajinách sveta (v %)**



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa databázy EUROSTAT. *Internet purchases - origin of sellers (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBOS\\_\\_custom\\_566909/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBOS__custom_566909/default/table?lang=en)

#### 4.4 Opatrenia EÚ pre podporu elektronického obchodu

Európska komisia sa snaží, aby boli v čo najväčšej možnej miere odstránené prekážky, ktoré bránia plynulému cezhraničnému elektronickému obchodu v EÚ. Bariéry elektronického obchodu sú na strane jednotlivcov, ale aj podnikov v jednotlivých členských krajinách EÚ. Niektoré prekážky sa podarilo odstrániť, čoho výsledkom by malo byť vytvorenie nových príležitostí pre jednotlivcov i podniky, a tým pádom by malo prísť i k nárastu cezhraničného elektronického obchodu.

##### Geografické blokovanie

V roku 2016 Európska komisia predstavila opatrenie v rámci stratégie jednotného digitálneho trhu, ktorým sa mala skončiť diskriminácia jednotlivcov, nakupujúcich prostredníctvom elektronického obchodu, na základe ich štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla. Tieto nové pravidlá v oblasti geografického blokovania sú v platnosti od 3. 12. 2018 prostredníctvom Nariadenie európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2018/302 z 28. februára 2018 o riešení neodôvodneného geografického blokovania a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na

vnútornom trhu, ktorým sa menia nariadenia (ES) č. 2006/2004 a (EÚ) 2017/2394 a smernica 2009/22/ES.<sup>57</sup>

Európska komisia analyzovala fungovanie nariadenia o geografickom blokovani po prvých 18 mesiacoch. Pozitívnym zistením bolo, že až 50 % jednotlivcov bolo informovaných o existencii tohto právneho predpisu už v prvých 3 mesiacoch od nadobudnutia účinnosti nariadenia, pričom ale uviedli, že by potrebovali ďalšie informácie. Taktiež bolo prínosom zriadiť špeciálne orgány v jednotlivých členských krajinách EÚ, ktorých úlohou je pomáhať riešiť problémy medzi spotrebiteľmi a obchodníkmi.<sup>58</sup> V rámci tohto skúmania bol realizovaný i fiktívny nákup (tzv. mystery shopping) na 8976 webových stránkach v období od 30.10. 2019 do 11.12. 2019 a v prieskume je zahrnutá i Veľká Británia. Hlavné výsledky podľa jednotlivých fáz nákupného procesu zahŕňajú: <sup>59</sup>

#### 1. Prístup na webovú stránku

Celkovo v roku 2019 bolo v EÚ 98,8 % webových stránok, ktoré nebránili v prístupe cezhraničným nakupujúcim. Oproti roku 2015 sa tento podiel mierne zvýšil o 0,8 %. Prístup na tú istú webovú stránku umožnilo 97,3 % (pokles o 0,4 %), možnosť výberu, či chce návštevník zostať na rovnakej webovej stránke alebo byť presmerovaný na inú verziu ponúklo 1,4 % (rovnaké ako v roku 2015), 0,6 % webových stránok poslalo nakupujúcich na verziu s inou príponou (pokles o 0,6 %), 0,2 % webových stránok presmerovalo nakupujúceho na stránku s inou doménou (nárast o 0,1 %) a 0,2 % webových stránok prístup cezhraničného nakupujúceho úplne zamietlo (pokles o 0,4 %).

96,2 % webových stránok EÚ ponúkalo rovnaké produkty domácim ako i cezhraničným nakupujúcim (oproti roku 2015 nárast o 0,8 %).

---

<sup>57</sup> EUROPEAN COMMISSION. Ending unjustified Geoblocking: a short guide for online traders [online]. 2018 [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/ending-unjustified-geoblocking-short-guide-online-traders>

<sup>58</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Commission publishes its short-term review of the Geo-blocking regulation* [online]. 2020 [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>

<sup>59</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Mystery shopping survey on territorial restrictions and geo-blocking in the European digital single market* [online]. 2020 [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/878458a4-2308-11eb-b57e-01aa75ed71a1/language-en>

## 2. Registrácia

V členských krajinách EÚ sa podiel webových stránok, ktoré vyžadujú registráciu na objednanie tovaru, znížil o 2,6 % na 92 %. Treba dodať, že vyžadovanie registrácie nariadenie o odstránení geografického blokovania nezakazuje. Registrácia prebehla bez problémov na 56,4 % webových stránkach (nárast o 1,7 percentuálnych bodov), s problémami bola registrácia na 29,5 % webových stránkach (nárast o 11,1 percentuálnych bodov) a na 14 % sa zaregistrovať cezhraničným nakupujúcim nepodarilo (pokles o 12,9 percentuálnych bodov).

## 3. Dodanie tovaru

Prieskum ukázal, že sa zvýšil podiel webových stránok, ktoré neumožňujú doručenie do krajiny nakupujúceho o 1,3 percentuálneho bodu (53,1 %), 18,1 % webových stránok ponúka doručenie iba ak sú webová stránka a nakupujúci z tej istej krajiny, 6,2 % stránok ponúka doručenie iba do niektorých členských krajín EÚ (nárast o 1,2 percentuálnych bodov) a mierny nárast o 0,7 percentuálneho bodu zaznamenali stránky, ktoré umožňujú doručenie tovaru do všetkých členských krajín EÚ na hodnotu 22,7 %.

## 4. Platba

V EÚ bol zaznamenaný pokles podielu webových stránok, ktoré ponúkali iné ceny za tovary pre cezhraničných nakupujúcich o 2,2 percentuálne body (27,2 %). Obmedzenia počas platby sa vyskytli u cezhraničných nakupujúcich v 11,3 % webových stránok EÚ (nárast o 2,3 percentuálnych bodov). Najviac prístupnými cezhraničnými typmi platieb boli: kreditné karty (88,2 %), online platobné systémy, napr. Paypal (52,4 %) a bankový prevod (24,3 %).

## **Cezhraničné doručovanie balíkov**

Jednou z dôležitých prekážok pre cezhraničný elektronický obchod pre podniky i jednotlivcov je doručovanie balíkov. Vyššie náklady na dopravu a celkové doručenie predstavujú pre podniky obchodujúce elektronicky i tie, ktoré neobchodujú elektronicky, jedny z dôležitých prekážok cezhraničného obchodu. Zároveň ide o prekážku, ktorú EÚ vie ovplyvniť opatreniami, a tak môže skvalitniť konkurenčné prostredie pre podniky.

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/644 o službách cezhraničného dodávania balíkov nadobudlo účinnosť 22.mája 2018 a článok 8 od 23. novembra 2019.

Týmto nariadením sa EÚ snaží zabezpečiť najlacnejšie zasielanie objednaných balíkov k spotrebiteľom tak, že podniky sú povinné zverejniť cenu za dodanie tovaru. Táto povinnosť sa vzťahuje na podniky s 50 a viac zamestnancami alebo tie, ktoré ponúkajú svoje služby do viacerých krajín EÚ, výnimočne môže ísť o podniky s 25 a viac zamestnancami.<sup>60</sup> Podniky by tak mali mať spravodlivú hospodársku súťaž a spotrebiteľ si tak môže vybrať spoločnosť, ktorá mu balík doručí.

Účinnosť tohto nariadenia by sme mohli sledovať na vývine percentuálneho podielu podnikov s elektronickým predajom, ktoré zaznamenali problém vyšších nákladov na doručenie a vrátenie svojich tovarov a služieb pri elektronickom predaji do ostatných členských krajín EÚ. Z databázy Eurostat máme údaje za rok 2017 a 2019, kedy sa percentuálny podiel podnikov, ktoré zaznamenali tento problém, zvýšil z 26 % na 27 %. Z toho vyplýva, že prínos nariadenia pre zníženie cien za dodanie tovaru sa zatiaľ neprejavil.

### **Upravená ochrana spotrebiteľa**

V EÚ má v priemere len 55,2 % podnikov znalosti ohľadom práv spotrebiteľov. Z tohto by sme mohli vyvodit', že zvyšok sa s najväčšou pravdepodobnosťou nezaujíma o práva spotrebiteľov, a tým pádom môžu byť porušované. Na to, aby elektronický obchod mohol rásť, je dôležité, aby ho čoraz viac jednotlivcov využívalo a malo k nemu dôveru. Preto je potreba zabezpečiť ochranu spotrebiteľom a zároveň aj povedomie spotrebiteľov EÚ o ich právach v čo možno najväčšej miere, čím sa vyvinie tlak aj na podniky, aby tieto práva poznali, dodržiavali, aby sa eliminovali podvody a nekalé praktiky niektorých podnikov a nedochádzalo k narušeniu dôvery voči elektronickému nakupovaniu.

Na zlepšenie ochrany spotrebiteľa by mali mať členské štáty od januára 2020 na základe Smernice európskeho parlamentu a rady (EÚ) 2019/2161 z 27. novembra 2019, ktorou sa menia smernica Rady 93/13/EHS a smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EÚ, pokiaľ ide o lepšie presadzovanie a modernizáciu predpisov Únie v oblasti ochrany spotrebiteľa, možnosť odstrániť webové stránky alebo účty na sociálnych sieťach, na ktorých bolo zistené ich podvodné konanie. Zároveň budú môcť

---

<sup>60</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Public tariffs on cross-border parcel delivery services* [online]. [Cit. 27.3. 2021]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border_en)

získať prístup k informáciám o totožnosti nečestných obchodníkov v elektronickom prostredí od poskytovateľov internetových služieb alebo bánk.<sup>61</sup>

8 % jednotlivcov, ktorí nakupujú tovary elektronicky, malo problém s dodaním nesprávneho alebo poškodeného tovaru a 5 % tých, čo nenakupujú elektronicky tovar, majú obavy z toho, že dostanú nesprávny alebo poškodený tovar a taktiež sa obávajú následných komplikácií spojených s riešením problému. Mnoho jednotlivcov to považuje za problém aj z toho dôvodu, že nepoznajú svoje práva. Ďalšou prekážkou rozvoja cezhraničného elektronického obchodu je aj to, že zmluvné zákony sú v každom členskom štáte EÚ rozdielne. Tieto dva problémy by mali vyriešiť smernice EÚ o digitálnych zmluvách, ktoré by sa mali začať uplatňovať na konci roka 2021.<sup>62</sup>

### **Nové pravidlá pre DPH pre online predaj tovarov a služieb**

Za najvýznamnejšiu prekážku elektronického obchodu podniky obchodujúce elektronicky považujú rozdiely v jednotlivých daňových štátnych predpisoch, napr. v oblasti DPH. DPH je významnou súčasťou cezhraničného elektronického obchodu pre podniky i členské štáty samotné. V rámci zjednotenia pravidiel by sa mali zaviesť nasledovné opatrenia:<sup>63</sup>

- Pre podniky, ktoré predávajú svoje tovary elektronicky, by sa malo zriadiť „jednotné kontaktné miesto“, ktoré bude v podobe digitálneho online portálu prevádzkovaného daňovou správou a v jazyku každého členského štátu. Cez tento portál sa podniky budú môcť postarať o všetky ich daňové povinnosti v EÚ.
- Zavedie sa ročná hranica DPH 10 000 EUR, čím by sa mali podporiť menšie podniky. Cezhraničný predaj do tejto sumy sa pre podniky s elektronickým obchodom bude považovať za domáci a zároveň budú mať podniky zjednodušené pravidlá. K týmto pravidlám patrí napríklad to, že budú komunikovať iba s jedným domácim daňovým úradom a budú sa riadiť domácimi pravidlami DPH; na zistenie

---

<sup>61</sup> EUROPEAN COMMISSION. *New EU rules on e-commerce* [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/new-eu-rules-e-commerce>

<sup>62</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Digital contract rules* [online]. 2020 [cit. 2021-03-28]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/contract-rules/digital-contracts/digital-contract-rules\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/contract-rules/digital-contracts/digital-contract-rules_en)

<sup>63</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Modernising VAT for e-commerce: Question and Answer* [online]. 2017 [cit. 2021-03-28]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO\\_16\\_3746](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_16_3746)

polohy zákazníka im bude stačiť iba 1 dôkaz (v súčasnosti je potreba 2); budú platiť jednoduchšie pravidlá fakturácie.

- Zruší sa súčasná výnimka pre platenie DPH do výšky 22 EUR pre dovoz menej hodnotných zásielok z tretích krajín, pretože to viedlo k nespravodlivej hospodárskej súťaži a ohrozovaniu podnikov v EÚ. Obchodníci z tretích krajín mohli pri dovoze drahých tovarov zámerne uviesť cenu nižšiu ako 22 EUR, čím sa vyhli plateniu DPH.

Smernica rady (EÚ) 2017/2455 z 5. decembra 2017, ktorou sa mení smernica 2006/112/ES a smernica 2009/132/ES, pokiaľ ide o určité povinnosti týkajúce sa dane z pridanej hodnoty pri poskytovaní služieb a predaji tovaru na diaľku, ktorá zahŕňa všetky tieto opatrenia, by sa mala v plnom rozsahu začať uplatňovať od 1. júla 2021, čo predstavuje dátum, do kedy by mali členské štáty implementovať obsah smernice. Prínosom týchto opatrení by malo byť zjednodušenie a priblíženie sa systémov DPH jednotlivých členských krajín EÚ. Týmto by sa zároveň mal zatraktívniť cezhraničný elektronický obchod v EÚ, a následne by malo prísť k jeho rastu.<sup>64</sup>

## 4.5 Čína ako líder v elektronickom obchode

Čína za posledné roky zažíva významný ekonomický rast, s čím súvisí aj jej výrazný pokrok v oblasti vývoja a aplikácie informačno-komunikačných technológií. Jednou z priorít čínskej ekonomiky je jej digitalizácia, a následne budovanie digitálnej infraštruktúry, zdigitalizovanie správy vecí verejných a čerpanie digitálnych výhod ľuďmi.

Tabuľka č. 7 zobrazuje krajiny, ktoré zaznamenávajú najvyššie hodnoty elektronického obchodu na svete. V roku 2019 najväčšie tržby z elektronického obchodu zaznamenala Čína v hodnote 1 934,8 mld. USD, čo predstavuje nárast o 27,3 % oproti predchádzajúcemu roku. Môžeme si všimnúť, že ostatné krajiny vo veľkej miere zaostávajú za Čínou, čo je spôsobené najmä tým, že Čína v posledných rokoch zažíva veľký rozmach v tejto oblasti. Taktiež čínska vláda podporuje elektronický obchod najmä znížením ciel na

---

<sup>64</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Modernising VAT for cross-border e-commerce* [online]. 2017 [cit. 2021-03-28]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/vat/modernising-vat-cross-border-e-commerce\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/modernising-vat-cross-border-e-commerce_en)

tovary zakúpené online, odstraňuje obchodné bariéry a organizuje výstavy týkajúce sa elektronického obchodu.<sup>65</sup> Z krajín EÚ sa najvyššie (na 6. mieste) umiestnilo Nemecko s hodnotou elektronického obchodu 81,9 mld. USD a rastom 7,8 %, čo je druhý najmenší rast z top 10 krajín. Najväčší rast oproti roku 2018 zaznamenala India, a to 31,9 %.

Tabuľka č. 7: **Krajiny podľa hodnoty elektronického obchodu (v mld. USD)**

| Krajina        | 2018   | 2019   | zmena (v %) |
|----------------|--------|--------|-------------|
| 1. Čína        | 1520,1 | 1934,8 | 27,3        |
| 2. USA         | 514,8  | 586,9  | 14,0        |
| 3. UK          | 128,0  | 141,9  | 10,9        |
| 4. Japonsko    | 111,0  | 115,4  | 4,0         |
| 5. Južná Kórea | 87,6   | 103,5  | 18,1        |
| 6. Nemecko     | 75,9   | 81,9   | 7,8         |
| 7. Francúzsko  | 62,3   | 69,4   | 11,5        |
| 8. Kanada      | 41,1   | 49,8   | 21,1        |
| 9. India       | 34,9   | 46,1   | 31,9        |
| 10. Rusko      | 22,7   | 26,9   | 18,7        |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ECOMMERCE GUIDE, *Ecommerce Statistics* [online]. [Cit. 2020-12-09]. Dostupné na: <https://ecommerceguide.com/ecommerce-statistics/>

Dôkazom toho, že Čína pozoruhodne rastie v oblasti digitalizácie je, že v júni 2020 bolo pokrytých internetom 67 % jej územia, pričom v roku 2007 to bolo iba na úrovni 16 % celkového územia. V súčasnosti je v Číne viac ako 938 miliónov používateľov internetu, čo od roku 2017 predstavuje nárast o 12,7 percentuálnych bodov. Zároveň i podiel predplatiteľov pevného širokopásmového pripojenia s rýchlosťou prístupu 100 Mb / s a vyššou sa od roku 2017 do júna 2020 zvýšil z 25,1 % na 86,8 %. V oblasti elektronického obchodu Čína rastie, podiel používateľov internetu nakupujúcich online sa od roku 2017 do roku 2020 zvýšil z 68,5 % na 79,7 %. Rastúcu tendenciu má aj využívanie mobilných telefónov na nákup online, konkrétne od roku 2017 do roku 2020 vzrástlo z 66,4 % na 80,1 %. Online za tovary alebo služby zaplatilo v roku 2020 85,7 % používateľov internetu, pričom v roku 2017 tento podiel bol na úrovni 68 % používateľov internetu<sup>66</sup>

<sup>65</sup> VEĽVYSLANECTVO SLOVENSKEJ REPUBLIKY V PEKINGU. *Čínsky cezhraničný e-commerce* [online]. 2018 [cit. 2020-12-09] Dostupné na: <https://www.mzv.sk/web/peking/obchod-a-investicie/cinsky-cezhranicny-e-commerce>

<sup>66</sup> CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER. *Statistical Report on Internet Development in China* [online]. 2020 [cit. 2021-03-06]. Dostupné na: <https://cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/202012/P020201201530023411644.pdf>

Elektronický obchod predstavuje významnú časť digitálnej ekonomiky. Prvá online transakcia bola v Číne zrealizovaná v apríli v roku 1998 a v nasledujúcich rokoch rástol elektronický obchod iba pomaly. Významne sa začal rozvíjať až od roku 2008. V súčasnosti má Čína vedúce postavenie v oblasti globálnej digitálnej ekonomiky. Až 42 % celosvetového elektronického obchodu prebehne v Číne, pričom celková ročná hodnota transakcií elektronického obchodu v Číne je vyššia ako spoločná hodnota vo Francúzsku, Nemecku, Japonsku, Veľkej Británii a USA.<sup>67</sup>

Čína disponuje jedným z najprepracovanejších digitálnych systémov na svete, ktorý zabezpečil úspech veľkým čínskym spoločnostiam ako Alibaba a JD.com, ktoré pôsobia v oblasti elektronického obchodu. Tento systém je založený na jeho vysokej efektívnosti a vybudovanej sieti, prostredníctvom ktorej sú doručované objednávky. Príkladom je Alibaba, ktorá dokáže za jeden deň spracovať až 30 miliónov položiek prostredníctvom spoločnosti Cainiao<sup>68</sup>. Ďalšia veľká spoločnosť podnikajúca v oblasti elektronického obchodu, JD.com, využíva program 211, ktorý zabezpečuje, aby objednávky prijaté pred 11 hod. doobeda boli doručené v ten istý deň a objednávky prijaté do 11 hod. večer boli doručené v nasledujúci deň. Rozvoj čínskeho elektronického obchodu podporil aj ďalšie domáce doručovacie spoločnosti, aby sa začali presadzovať aj v oblasti cezhraničného doručovania.<sup>69</sup>

Rýchly rast čínskeho elektronického obchodu zapríčinila kombinácia mnohých faktorov, ale išlo najmä o zvýšenie dopytu zo strany menších a stredných miest, zvýšenie príjmu strednej vrstvy a hlavne ako sme už spomínali investície logistických firiem do infraštruktúry, čo umožnilo rýchle dodanie tovaru.<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> KONG, Sherry Tao. E-commerce development in rural China. In: *The Chinese economic transformation: Views from young economist* [online]. Canberra: ANU Press, 2019. 335 s. ISBN: 978-17-60463-13-7. Dostupné na:

<https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/24737/chineseeconomic.pdf;jsessionid=E6E2E6D168938BDD9D01EC02ABBC0FAB?sequence=1>

<sup>68</sup> Čínska logistická spoločnosť založená spoločnosťou Alibaba Group.

<sup>69</sup> HSBC. *Why China is dominating e-commerce?* [online]. [cit. 2021-03-14]. Dostupné na: <https://www.business.hsbc.com/navigator/made-for-china/five-reasons-why-china-is-dominating-e-commerce>

<sup>70</sup> VEĽVYSLANECTVO SLOVENSKEJ REPUBLIKY V PEKINGU. *Čínsky cezhraničný e-commerce* [online]. 2018 [cit. 2020-12-09] Dostupné na: <https://www.mzv.sk/web/peking/obchod-a-investicie/cinsky-cezhranicny-e-commerce>

## 4.6 Vplyv pandémie COVID-19 na elektronické obchodovanie v Európe v roku 2020

Rozšírenie ochorenia COVID-19 do celého sveta spôsobilo, že väčšina krajín začala obmedzovať hospodárske i sociálne aktivity svojich obyvateľov. Mnohé krajiny zakázali predaj niektorých tovarov v kamenných predajniach, obmedzili vychádzanie obyvateľov s cieľom nákupu tovarov, ktoré nie sú nevyhnutné k ich každodennému fungovaniu, či vyzývali občanov k čo najmenšej mobilite. Všetky tieto opatrenia viedli k zvýšenému počtu nákupov jednotlivcov prostredníctvom internetu a zároveň sa pre mnohých podnikateľov online predaj stal jediným spôsobom ako pokračovať vo svojich podnikateľských aktivitách.

Spoločnosť Ecommerce Europe robila prieskum na konci roku 2020 o dopade pandémie na elektronické obchodovanie v nasledujúcich 19 európskych krajinách: Rakúsko, Belgicko, Bulharsko, Česká republika, Dánsko, Fínsko, Francúzsko, Nemecko, Grécko, Írsko, Taliansko, Holandsko, Portugalsko, Nórsko, Poľsko, Rumunsko, Španielsko, Švédsko a Švajčiarsko. Jeho cieľom bolo zistiť vplyv lockdownu na konci roku 2020 na situáciu v týchto krajinách v oblasti online obchodovania. Väčšina krajín počas novembra a decembra 2020 mala zavedený čiastočný alebo úplný lockdown, pričom iba vo Fínsku a Švédsku zavedený nebol. Taktiež je dôležité uviesť, že v 7 krajinách, čo predstavuje 36,8 % krajín, boli stále otvorené kamenné obchody, v ostatných bol zakázaný predaj úplne alebo bol povolený iba predaj základných tovarov.

Prieskum ukázal, že zatvorenie kamenných obchodov malo vo väčšine krajín (88,94 %) za výsledok zvýšenie predajov prostredníctvom online platforiem. Treba dodať, že v tomto období boli z pohľadu hodnoty predaja dôležité udalosti Black Friday a Vianoce, ktoré výrazne ovplyvnili a zvýšili online predaj. Zároveň väčšina respondentov vyjadrila presvedčenie, že vďaka pandémie dochádza k výraznému digitalizovaniu podnikov v Európe, čo pomôže rýchlejšiemu rastu odvetvia elektronického obchodu i v budúcnosti.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> ECOMMERCE EUROPE. *Impact of the Coronavirus on e-commerce: Survey results report* [online]. 2021 [cit. 2021-02-28]. Dostupné na: <https://www.ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/01/Coronavirus-Survey-Report-January-2021.pdf>

## 5 Diskusia

Význam elektronického obchodu v posledných rokoch výrazne rastie. Stal sa populárnou formou nákupu pre jednotlivcov ako aj atraktívnym spôsobom predaja pre podnikateľské subjekty. Jeho výraznými prednosťami sú nielen pohodlnosť, rýchlosť, široký výber sortimentu, ale i jeho rastúca spoľahlivosť, oveľa lepšie zabezpečenie proti podvodom i zabezpečenie platieb, posilnenie práv spotrebiteľov. Na druhej strane však stále existuje mnoho prekážok pre jednotlivcov i podniky, ktoré ich odrádzajú od väčšieho využívania cezhraničného elektronického obchodu. V rámci EÚ sa jej inštitúcie snažia o odstránenie bariér pre cezhraničný elektronický obchod v rámci budovania jednotného digitálneho trhu EÚ.

Z dostupných informácií z Eurostatu vieme, že podiel podnikov v EÚ obchodujúcich elektronicky na všetkých podnikoch EÚ je malý, priemer EÚ je iba 21 % podnikov, ktoré využívajú elektronický obchod. Pričom podiel elektronického obchodu na ich celkovom obrate je iba 20 %. Z toho vyplýva, že aj keď podniky obchodujú elektronicky, ide iba o doplnok ku kamennému obchodu. Zároveň i podiely podnikov obchodujúcich elektronicky s ostatnými krajinami EÚ (priemer EÚ je 9 %) a 3. krajinami (priemer EÚ je 5 %) na celkovom počte podnikov sú malé. Cezhraničný elektronický obchod medzi členskými krajinami EÚ predstavuje významnú oblasť expanzie pre mnohé podniky v EÚ.

Najvýznamnejším dôvodom podnikov v EÚ, pre ktorý nevyužívajú cezhraničný elektronický obchod v rámci EÚ, je povaha ich podnikania, ktorú považujú za nevhodnú na podnikanie v online priestore. Predpokladáme, že ide o podniky, ktoré podnikajú v oblasti potravinárstva, luxusného tovaru alebo tovaru na mieru, ktorý si vyžaduje osobný kontakt predávajúceho s kupujúcim, prípadne ide o malé a stredné podniky, ktoré sa zameriavajú na domáci trh a nemajú potrebu expanzie so svojimi tovarmi a službami do ostatných členských krajín EÚ. Pre niektoré podniky je elektronický obchod nemožný či už z osobných alebo praktických dôvodov, ale na druhej strane mnohé nevyužívajú potenciál, ktorý im umožňuje elektronický obchod. V tejto oblasti vidíme aj úlohu EÚ, ktorá by mohla vo väčšej miere prezentovať výhody jednotného digitálneho trhu aj v tejto oblasti a podporovať ich.

Ďalším dôvodom je potreba dodatočných znalostí v oblasti ochrany spotrebiteľa alebo IT. Čo sa týka informovanosti podnikov o právach spotrebiteľov, tak iba 55,2 % podnikov je s právami spotrebiteľov oboznámených. Zlá informovanosť v tejto oblasti môže

byť na jednej strane v dnešnej dobe dôsledkom nezáujmu či dokonca lenivosti zo strany podnikov. Môže to však súvisieť aj s ďalším dôležitým dôvodom nevyužívania cezhraničného elektronického obchodu, ktorý sa týka nedostatočnej vzdelanosti podnikov v oblasti IT, či v oblasti práv spotrebiteľov.

Zvýšené riziko podvodu a nezaplatenia je taktiež podnikmi považované za významnú prekážku, pre ktorú nevyužívajú cezhraničný elektronický obchod. Prostredníctvom portálu „Vaša Európa“ je toto riziko do veľkej miery eliminované. A to nielen tým, že podniky majú prístup k legislatíve konkrétneho členského štátu, v ktorom pôsobí, ale i tým, že portál ponúka poradenské služby pre podniky v rámci EÚ a zároveň návod na riešenie prípadného súdneho sporu.

Taktiež dodatočné náklady na investovanie do vývoja IT aplikácií na doručenie bránia väčšiemu množstvu podnikov cezhranične elektronicky obchodovať v EÚ. Z tohto vyplýva, že pravdepodobne takéto podniky nevyužívajú elektronický obchod ani v domácej krajine, kde by už podobnú aplikáciu mali zriadenú, a tým pádom by náklady na inú jazykovú verziu mali byť výrazne nižšie.

Podnikatelia využívajúci cezhraničný elektronický obchod v rámci EÚ vidia i ďalšie prekážky okrem už vyššie spomínaných. Najvýznamnejšiu prekážku pre nich predstavuje odlišnosť vnútroštátnych daňových predpisov v jednotlivých členských krajinách EÚ. EÚ má snahu ich zblížovať a snaží sa najmä v oblasti DPH zabezpečiť rovnaké podmienky pre všetkých. Ďalej i zjednotenie pravidiel ochrany spotrebiteľa a zmluvného práva je prínosom pre uľahčenie cezhraničného elektronického obchodu, pričom v tejto oblasti sa EÚ snaží najmä posilňovať práva spotrebiteľov. V oblasti harmonizácie zmluvného práva EÚ prijala 2 smernice týkajúce sa zmlúv o predaji tovaru i digitálnych služieb.<sup>72</sup>

Ak sa pozrieme na elektronický obchod z pohľadu jednotlivcov, tak vo všetkých krajinách EÚ rastie podiel jednotlivcov nakupujúcich cez internet, pričom najväčší podiel bol v roku 2020 v Dánsku, Holandsku a Švédsku a najmenší podiel jednotlivcov bol v Rumunsku a Bulharsku. Priemerný podiel jednotlivcov EÚ, ktorí nakupujú elektronicky, sa od roku 2010 zvýšil z 36 % na 64 %, čo bolo spôsobené zlepšením prístupu

---

<sup>72</sup> Ide o tieto smernice: Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/771 z 20. mája 2019 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o predaji tovaru, Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/770 z 20. mája 2019 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb

k internetovému pripojeniu, zlepšením služieb v oblasti elektronického obchodu, znížením času doručenia a mnohými inými faktormi.

Jednotlivci z EÚ stále najviac nakupujú elektronicky u domácich predajcov (90 %), i keď v roku 2020 sa podiel jednotlivcov nakupujúcich v ostatných členských krajinách okrem domácej výrazne navýšil (na 30 %). Ide o pozitívny trend, ktorý bol do značnej miery spôsobený opatreniami z dôvodu šíriacej sa pandémie. Predpokladáme, že jednotlivci trávili viac času doma a mali viac času na prezeranie si internetových stránok. Taktiež sa mohlo stať, že domáce podniky s elektronickým obchodom mali vypredaný svoj sortiment, a tak jednotlivcom neostávalo nič iné, ako nakupovať i z okolitých krajín, ktorých doba doručenia je porovnateľná s domácim a cenovo prijateľná.

Na porovnanie uvádzame podiel jednotlivcov nakupujúcich elektroniku z tretích krajín, ktorý bol v roku 2020 na úrovni iba 21 %. Z našich zistení vyplýva, že stále sa nevyužíva potenciál elektronického obchodu a je potreba zlepšovať podmienky cezhraničného online predaja v EÚ i celosvetovo.

Väčšina jednotlivcov EÚ nemala žiadny problém pri nákupe elektronicky, pričom treba dodať, že nerozlišujeme či ide o domáci, cezhraničný alebo nákup z tretích krajín. I tak ide o pozitívnu správu, že až 71 % jednotlivcov nakúpilo elektronicky bez problémov. Tí, ktorí sa stretli s problémami pri online nákupe, považujú za najväčšiu prekážku dlhšie dodanie ako bolo uvedené (17 %), ďalej sa stretli s technickými problémami (8 %), bol dodaný nesprávny alebo poškodený tovar (8 %), ďalej to bola nespokojnosť s reklamáciou a problémy s informáciami o zárukách a iných právach.

Najčastejším dôvodom jednotlivcov, kvôli ktorému nenakupujú cez internet, je to, že uprednostňujú nákup v kamenných predajniach, pretože radi vidia tovar, zo zvyku alebo sú lojálni k obchodom (20 %). Z tohto usudzujeme, že takýchto jednotlivcov by sme len veľmi ťažko presviedčali k elektronickému nákupu, keďže sa nejedná o prekážku, ale skôr o ich osobnú preferenciu. Ďalším dôvodom je obava z nedostatočného zabezpečenia platieb (7 %). Riešením by mohlo byť skôr budovať dôveru u jednotlivcov v oblasti bezpečnosti platieb, keďže platby sú podľa nášho názoru dostatočne chránené, a zároveň podporovať vieru v celkový proces online nákupu. Nedostatok zručností pre online nakupovanie (6 %) a to, že nevlastnia bankomatovú kartu, sú ďalšie príčiny nevyužívania elektronického nákupu

jednotlivcami z EÚ. Toto nepovažujeme za až taký zásadný problém, keďže nakúpiť elektronicky sa dá aj bez bankomatovej karty.

Z analyzovaných údajov o elektronickom obchode na území Slovenskej republiky vyplýva, že podniky na Slovensku by mohli viac využívať online prostredie pre svoje podnikanie ako v ostatných krajinách EÚ, tak i v tretích krajinách sveta. Keďže podiel podnikov obchodujúcich elektronicky na všetkých podnikoch na Slovensku (14 %) je dlhodobo pod priemerom EÚ (19 %), a zároveň podiel slovenských podnikov obchodujúcich v ostatných členských štátoch EÚ (7 %) a v 3. krajinách je nízky (2 %).

Od roku 2010 do roku 2020 sa podiel jednotlivcov nakupujúcich cez internet zo Slovenskej republiky zvyšuje, pričom najväčší podiel jednotlivcov v SR nakupuje online v domácej krajine (86 %), oveľa menej nakúpilo v roku 2020 v ostatných krajinách EÚ i v tretích krajinách sveta.

Problémy, s ktorými sa stretávajú jednotlivci i podniky zo Slovenskej republiky, sú porovnateľné s tými, ktoré sú uvedené pre všetky členské krajiny EÚ.

Čo sa týka svetového postavenia, tak v súčasnosti má Čína suverénne najvyššiu hodnotu tržieb z elektronického obchodu, pričom krajiny EÚ za ňou výrazne zaostávajú. Z krokov Číny by si mohla EÚ vziať príklad najmä v týchto oblastiach:

- efektívnejšie vzdelávať jednotlivcov v oblasti základov IT,
- budovať väčšiu dôveru v celkový proces elektronického obchodu, ale najmä v oblasti zabezpečenia platieb,
- podporovať vývoj logistických systémov, čím by sa zrýchlilo dodanie tovaru,
- snažiť sa zapojiť čo najširšie množstvo jednotlivcov a podnikov do elektronického obchodu,
- podporovať menej rozvinuté krajiny v oblasti elektronického obchodovania, keďže rozdiely medzi členskými krajinami sú značné.

## Záver

V digitálnom prostredí sa jednotlivci a podniky stretávajú s množstvom komplikácií a bariér, ktoré im bránia dosiahnuť maximálne výhody z činností, ktoré v tomto prostredí realizujú. Primárnou úlohou EÚ by malo byť odstraňovanie týchto prekážok a budovanie bezpečného online prostredia, ktoré sa aj v dnešných časoch pandémie a obmedzeného stretávania sa stalo neoddeliteľnou súčasťou takmer každého v EÚ. Budovanie jednotného digitálneho trhu je významný krok pre každého v EÚ. Je dôležité pokračovať v jeho ďalšom prehĺbovaní a približovaní sa pravidiel v jednotlivých členských krajinách, čím by sa mal zabezpečiť rast a výhody pre všetkých. Pre budovanie konkurencieschopného jednotného digitálneho trhu EÚ je nevyhnutné, aby bola v jednotlivých krajinách výrazná podpora inovácií a vzdelania v oblasti výskumu a vývoja informačno-komunikačných technológií.

Hlavným cieľom záverečnej práce bolo zhodnotiť význam a aktuálny stav jednotného digitálneho trhu EÚ z pohľadu obchodu EÚ so zameraním na efekty už zrealizovaných opatrení v oblasti elektronického obchodovania pre podnikateľské subjekty i pre jednotlivcov členských krajín EÚ. Na dosiahnutie hlavného cieľa sme si stanovili parciálne ciele v teoretickej i praktickej časti diplomovej práce.

Prvý čiastkový cieľ teoretickej časti bolo systematizovanie východiskových poznatkov týkajúcich sa podstaty a procesu formovania jednotného digitálneho trhu EÚ a identifikovanie kľúčových opatrení realizovaných v oblasti budovania jednotného digitálneho trhu EÚ. K splneniu tohto cieľa prišlo v podkapitolách 1.1, 1.2 a 1.3, kde sme spracovali problematiku formovania jednotného digitálneho trhu EÚ a následne sme charakterizovali realizované opatrenia, ktoré by mali prispieť k vytvoreniu lepšieho a prepojenejšieho digitálneho trhu v EÚ.

Hodnotenie súčasného stavu digitálneho prostredia EÚ bol druhý čiastkový cieľ v teoretickej časti, ktorý je naplnený v podkapitole 1.4. Na hodnotenie digitálneho prostredia EÚ sme využili index DESI, na základe ktorého sme získali lepšiu predstavu o tom, aká je východisková pozícia EÚ ako celku v oblasti budovania digitálneho prostredia.

Ako posledný čiastkový cieľ v teoretickej časti práci sme si stanovili skúmanie predpokladov pre ďalší rozvoj jednotného digitálneho trhu EÚ na základe aktuálnych stratégií EÚ. Cieľ sme spracovali v podkapitole 1.5. Súčasná Európska komisia

zaradila budovanie digitálneho trhu do stratégie s názvom „Európa pripravená na digitálny vek“. Cieľom tejto stratégie je zabezpečiť, aby technológia slúžila ľuďom, budovať spravodlivé a konkurencieschopné digitálne hospodárstvo a umožniť vytvorenie digitálnej spoločnosti, ktorá bude otvorená, demokratická a udržateľná.

Prvým parciálnym cieľom praktickej časti bolo skúmanie a vyhodnotenie vývoja elektronického obchodovania z pohľadu podnikov i jednotlivcov členských krajín EÚ a posúdenie vplyvu prijatých opatrení v oblasti jednotného digitálneho trhu EÚ. Dôkladným skúmaním dostupných zdrojov sme tento cieľ naplnili v podkapitole 4.1 až 4.5. Zistili sme, že cezhraničný elektronický obchod z pohľadu podnikov v EÚ výrazne nerastie, a to ani po zavedení prijatých opatrení. Mohlo by sa zdať, že súčasná pandémia spôsobí výrazný nárast počtu podnikov s cezhraničným elektronickým obchodom v EÚ, ale zatiaľ sa tak neudialo. Na druhej strane, čo sa týka jednotlivcov, tak pandémia ich pravdepodobne donútila prejsť do digitálneho priestoru, pretože podiel jednotlivcov nakupujúcich elektronicky sa výrazne zvýšil. Najväčšími prekážkami elektronického cezhraničného obchodu sú pre podniky povaha ich podnikania, dodatočné pravidlá ochrany spotrebiteľa, vyššie riziko podvodu a nezaplatenia a mimoriadna potreba znalostí v oblasti IT. Dodatočné prekážky, s ktorými sa stretávajú podniky, ktoré už využívajú elektronické obchodovanie, predstavujú rozdielne vnútroštátne daňové predpisy, vyššie náklady na dopravu, rozdiely v zmluvnom práve a vyššie náklady na riešenie sporov. Jednotlivci za významnú prekážku pri elektronickom nákupe považujú dlhšiu dobu dodania, ako je uvedená, technické problémy či dodanie nesprávneho alebo poškodeného tovaru.

Niektoré bariéry sa EÚ už pokúsila odstrániť či poskytnúť podnikom a jednotlivcom v EÚ relevantný zdroj informácií, ktorými by mohli byť znížené riziká vzniku problémov pri cezhraničnom elektronickom obchode. Ide najmä o vytvorenie portálu s názvom „Vaša Európa“, ktorý prináša mnoho informácií pre podniky i jednotlivcov z rôznych oblastí života.

Prijaté opatrenia zatiaľ nepriniesli nárast podielu podnikov s cezhraničným elektronickým obchodom, ale predpokladáme, že pandemická situácia by mohla prinútiť podniky uvažovať i do budúcnosti a v prípade hospodárskeho oživenia by viaceré podniky mohli uvažovať o rozšírení svojich podnikateľských činností a investíciách aj do cezhraničného elektronického obchodu.

Druhým čiastkovým cieľom praktickej časti bolo formulovanie odporúčaní pre zlepšenie fungovania jednotného digitálneho trhu EÚ na základe porovnania s Čínou, ktorá má dominantné postavenie v oblasti elektronického obchodu vo svete. Tento cieľ je splnený v podkapitole 4.5 a kapitole 5. Na základe toho, že sme porovnali čínsky elektronický obchod s európskym, sme prišli k záveru, že EÚ plne nevyužíva potenciál digitálneho priestoru i keď má vytvorené vhodné podmienky. Stále pretrvávajú výrazné rozdiely medzi jednotlivými členskými krajinami EÚ i v oblasti digitálneho rozvoja, a preto je úlohou EÚ pomáhať najmä tým krajinám, ktoré zaostávajú, ak chce napredovať ako celok.

Predpokladom naplnenia hlavného cieľa bolo splnenie parciálnych cieľov, čo sme splnili. Preto predpokladáme, že v diplomovej práci sme naplnili i hlavný cieľ.

## Zoznam použitej literatúry

1. 5G-PPP. *5G empowering vertical industries:5G vertical sectors* [online]. 2016. [cit. 2020-06-19]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=14322](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=14322)
2. BALÁŽ, Peter et al. *Medzinárodné podnikanie*. Bratislava: Sprint 2, 2019, 304 s. ISBN 978-80-89710-51-5.
3. CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER. *Statistical Report on Internet Development in China* [online]. 2020 [cit. 2021-03-06]. Dostupné na: <https://cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/202012/P020201201530023411644.pdf>
4. COMPETITION AND CONSUMER PROTECTION COMMISSION. *Geo-blocking: What do you need to know* [online]. [cit. 2020-06-19]. Dostupné na: <https://www.ccpc.ie/business/wp-content/uploads/sites/3/2018/12/Geo-blocking-Guide.pdf>
5. CONSUMERS, HEALTH, AGRICULTURE AND 'FOOD EXECUTIVE AGENCY. Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection [online]. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e62cce94-ecc5-11ea-b3c6-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>
6. ECOMMERCE EUROPE. *Impact of the Coronavirus on e-commerce: Survey results report* [online]. 2021 [cit. 2021-02-28]. Dostupné na: <https://www.ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/01/Coronavirus-Survey-Report-January-2021.pdf>
7. ECOMMERCE GUIDE. Ecommerce Statistics [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: <https://ecommerceguide.com/ecommerce-statistics/>
8. EUR-LEX. *Posilnenie práv spotrebiteľov EÚ* [online]. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:0904\\_4](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:0904_4)
9. EUR-LEX. *Prístup k otvorenému internetu a roaming za cenu domácich služieb* [online]. 2015. [cit. 2020-09-28] Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:32015R2120>
10. EUR-LEX. *The EU Cybersecurity Act* [online]. [cit. 2020-09-28]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/LSU/?uri=CELEX:32019R0881>

11. EUR-LEX. *Viacročný program EÚ Spotrebiteľia (2014 - 2020)* [online]. [cit. 2020-09-28]. Dostupné na: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:090101\\_1](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:090101_1)
12. EUROPEAN COMMISSION. *5G for Europe's Digital and Green Recovery* [online]. 2019. [cit. 2020-06-19]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/5g-europes-digital-transformation-brochure>
13. EUROPEAN COMMISSION. *Commission publishes its short-term review of the Geo-blocking regulation* [online]. 2020 [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>
14. EUROPEAN COMMISSION. *Commission Recommendation* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=69383](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=69383)
15. EUROPEAN COMMISSION. *Destination Earth (DestinE)* [online]. 2020. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/destination-earth-destine>
16. EUROPEAN COMMISSION. *Digital contract rules* [online]. 2020 [cit. 2021-03-28]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/contract-rules/digital-contracts/digital-contract-rules\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/contract-rules/digital-contracts/digital-contract-rules_en)
17. EUROPEAN COMMISSION. *Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic Chapters* [online]. 2020, 124 s. [cit. 2020-09-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=67079](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67079)
18. EUROPEAN COMMISSION. *Digital Skills & Jobs* [online]. [cit. 2020-11-04]. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/digital-skills>
19. EUROPEAN COMMISSION. *Ending unjustified Geoblocking: a short guide for online traders* [online]. 2018 [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/ending-unjustified-geoblocking-short-guide-online-traders>
20. EUROPEAN COMMISSION. *Geo-blocking FAQ* [online]. 2019. [cit. 2020-06-15]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/faq/geo-blocking-faq>
21. EUROPEAN COMMISSION. *International cooperation on 5G* [online]. 2019. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/5G-international-cooperation>

22. EUROPEAN COMMISSION. *Modernising VAT for cross-border e-commerce* [online]. 2017 [cit. 2021-03-28]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/vat/modernising-vat-cross-border-ecommerce\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/modernising-vat-cross-border-ecommerce_en)
23. EUROPEAN COMMISSION. *Modernising VAT for e-commerce: Question and Answer* [online]. 2017 [cit. 2021-03-28]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO\\_16\\_3746](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_16_3746)
24. EUROPEAN COMMISSION. *Mystery shopping survey on territorial restrictions and geo-blocking in the European digital single market* [online]. 2020 [cit. 2021-03-21]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/878458a4-2308-11eb-b57e-01aa75ed71a1/language-en>
25. EUROPEAN COMMISSION. *New EU rules on e-commerce* [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/new-eu-rules-e-commerce>
26. EUROPEAN COMMISSION. *Public tariffs on cross-border parcel delivery services* [online]. [Cit. 27.3. 2021]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border_en)
27. EUROPEAN COMMISSION. *Shaping Europe's digital future* [online]. [cit. 2020-10-19]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/shaping-europe-digital-future\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/shaping-europe-digital-future_en)
28. EUROPEAN COMMISSION. *Shaping Europe's digital future* [online]. Luxemburg: 2020. 9 s. ISBN 978-92-76-16363-3. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020\\_en\\_4.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf)
29. EUROPEAN COMMISSION. *The Digital Services Act package* [online]. 2020. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package>
30. EUROPEAN COMMISSION. *The single digital gateway* [online]. [cit. 2020-09-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/growth/single-market/single-digital-gateway\\_en](https://ec.europa.eu/growth/single-market/single-digital-gateway_en)
31. EURÓPSKA KOMISIA. *A Europe fits for the digital age* [online]. [cit. 2020-05-30]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age\\_e](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_e)

32. EURÓPSKA KOMISIA. *Bezpečné zavádzanie 5G v EÚ – vykonávanie súboru nástrojov* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2020:0050:FIN:SK:PDF>
33. EURÓPSKA KOMISIA. *Biela kniha o umelej inteligencii – európsky prístup k excelentnosti a dôvere* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/commission-white-paper-artificial-intelligence-feb2020\\_sk.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/commission-white-paper-artificial-intelligence-feb2020_sk.pdf)
34. EURÓPSKA KOMISIA. *Európska dátová stratégia* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:52020DC0066>
35. EURÓPSKA KOMISIA. *Jednotný digitálny trh pre Európu: Komisia stanovuje 16 iniciatív na jeho realizáciu* [online]. Brusel: 2015. [cit. 2020-07-02]. Dostupné na: [http://www.informatizacia.sk/ext\\_dok-tlacova-sprava-k-sprijatiu-strategie-dsm/20560c](http://www.informatizacia.sk/ext_dok-tlacova-sprava-k-sprijatiu-strategie-dsm/20560c)
36. EURÓPSKA RADA. *Digitálny jednotný trh pre Európu* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné na: <https://www.consilium.europa.eu/sk/policies/digital-single-market/>
37. EURÓPSKY PARLAMENT. *EÚ a jednotný digitálny trh* [online]. 2017. [cit. 2020-05-29]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/webpub/com/factsheets/digital/sk/#what-is-digital-single-market>
38. EURÓPSKY PARLAMENT. *The Internal Market: General Principles* [online]. 2021 [cit. 2021-04-07]. Dostupné na: [https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/en/FTU\\_2.1.1.pdf](https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/en/FTU_2.1.1.pdf)
39. EURÓPSKY PARLAMENT. *Všadeprítomný digitálny jednotný trh* [online]. 2021 [cit. 2021-04-07]. Dostupné na: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/sk/sheet/43/vsadepritomny-digitalny-jednotny-trh>
40. EURÓPSKY PARLAMENT. *Zásielky balíkov do zahraničia: Nové európske pravidlá* [online]. 2018 [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://www.europarl.europa.eu/news/sk/headlines/economy/20180308STO99327/zasielky-balikov-do-zahranicia-nove-europske-pravidla>
41. EUROSTAT. *E-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_eseln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=en)

42. EUROSTAT. *Individuals using the internet for ordering goods or services from other EU countries* [online]. [cit. 2021-02-21]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00003/default/table?lang=en>
43. EUROSTAT. *Internet purchases - money spent (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-21.2]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBM\\_\\_custom\\_566939/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBM__custom_566939/default/table?lang=en)
44. EUROSTAT. *Internet purchases – origin of sellers (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_EC\\_IBOS\\_\\_custom\\_566909/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_IBOS__custom_566909/default/table?lang=en)
45. EUROSTAT. *Internet purchases by individuals (2020 onwards)* [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_ib20/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ib20/default/table?lang=en)
46. EUROSTAT. *Internet purchases by individuals (until 2019)* [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_ibuy/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ibuy/default/table?lang=en)
47. EUROSTAT. *Perceived barriers to buying/ordering over the internet* [online]. [cit. 2021-02-16]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_inb/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_inb/default/table?lang=en)
48. EUROSTAT. *Problems encountered by individuals when buying/ordering over the internet* [online]. [cit. 2021-02-16]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_iprb/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_iprb/default/table?lang=en)
49. EUROSTAT. *Value of e-commerce sales* [online]. [cit. 2020-12-09]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_evaln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_evaln2/default/table?lang=en)
50. HSBC. *Why China is dominating e-commerce?* [online]. [cit. 2021-03-14]. Dostupné na: <https://www.business.hsbc.com/navigator/made-for-china/five-reasons-why-china-is-dominating-e-commerce>
51. JARDIM-GONÇALVES, Ricardo - DE RAEVE, Paul. *Digitalising the healthcare ecosystem in the European Union* [online]. 2020. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://www.healtheuropa.eu/digitalising-the-healthcare-ecosystem-in-the-european-union/100949/>

52. JENDEKOVÁ, Marta. *European skills agenda* [online]. 2020 [cit. 2020-11-04]. Dostupné na: <https://epale.ec.europa.eu/sk/resource-centre/content/european-skills-agenda-europsky-program-zrucnosti>
53. JEŽOVÁ, Daniela. Eu Digital Single Market – Are We There yet? In *AD ALTA: journal of interdisciplinary research*. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2017, roč. 7, č. 2, 99-102 s. ISSN 2464-6733
54. JOUROVÁ, Věra. *The new deal for consumers* [online]. 2018. [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <http://www.acrimalta.com/wp-content/uploads/2018/05/FACTSHEET-1.pdf>
55. KONG, Sherry Tao. E-commerce development in rural China. In: *The Chinese economic transformation: Views from young economist* [online]. Canberra: ANU Press, 2019. 335 s. ISBN: 978-17-60463-13-7. Dostupné na: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/24737/chineseeconomic.pdf;jsessionid=E6E2E6D168938BDD9D01EC02ABBC0FAB?sequence=1>
56. MĂRCUȚ, Mirela. *Crystalizing the EU Digital Policy: An Exploration into the Digital Single Market*. Springer International Publishing, 2017, 228 s. ISBN: 978-3-319-69226-5, 978-3-319-69227-2
57. MINISTERSTVO INVESTÍCIÍ, REGIONÁLNEHO ROZVOJA A INFORMATIZÁCIE SLOVENSKEJ REPUBLIKY. *Informatizácia: Jednotná digitálna brána* [online]. [cit. 2020-09-14]. Dostupné na: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/jednotny-digitalny-trh/jednotna-digitalna-brana/index.html>
58. NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY (EÚ) 2018/1724 z 2. októbra 2018 o zriadení jednotnej digitálnej brány na poskytovanie prístupu k informáciám, postupom a asistenčným službám a službám riešenia problémov a o zmene nariadenia (EÚ) č. 1024/2012. [online]. [cit. 2020-09-14]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/LSU/?uri=CELEX:32018R1724>
59. NARIADENIE EURÓPSKEJ KOMISIE A RADY (EÚ) 2018/302 o riešení neodôvodneného geografického blokovania a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na vnútornom trhu, ktorým sa menia nariadenia (ES) č. 2006/2004 a (EÚ) 2017/2394 a smernica 2009/22/ES.

- [online]. 2018. [cit. 2020-06-19]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018R0302&from=EN#d1e907-1-1>
60. *OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe* [online]. Brusel: 2015. [cit. 2020-05-30]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/SK/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192#document1>
61. *OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: „Digitálna agenda pre Európu“* [online]. Brusel: 2010. [cit. 2020-11-02]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:SK:PDF>
62. *OZNÁMENIE KOMISIE Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: Formovanie digitálnej budúcnosti Európy* [online]. Brusel: 2020. [cit. 2020-10-19]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2020:0067:FIN:SK:PDF>
63. *OZNÁMENIE KOMISIE o stratégii EÚ pre bezpečnostnú úniu* [online]. Brusel: 2020 [cit. 2020-11-05]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?qid=1596452256370&uri=CELEX%3A52020DC0605>
64. *OZNÁMENIE KOMISIE, Stratégia 2020: Stratégia na zabezpečenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu.* [online]. Brusel: 2010. [cit. 2020-07-02]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:SK:PDF>
65. ÚRAD PODPREDESEDU VLÁDY SR PRE INVESTÍCIE A INFORMATIZÁCIU. *Informatizácia: Jednotný digitálny trh – základné informácie* [online]. [cit. 2020-06-15]. Dostupné na: <https://www.mirri.gov.sk/sekcie/informatizacia/jednotny-digitalny-trh/jednotny-digitalny-trh/index.html>
66. VEĽVYSLANECTVO SLOVENSKEJ REPUBLIKY V PEKINGU. *Čínsky cezhraničný e-commerce* [online]. 2018 [cit. 2020-12-09] Dostupné na: <https://www.mzv.sk/web/peking/obchod-a-investicie/cinsky-cezhranicny-e-commerce>