

SPOTREBITEĽ NA FINANČNOM TRHU¹

MÁRIA DZUROVÁ²

Financial Market Consumption

Abstract: *The importance of financial literacy in the European environment is increasing. Financial markets are evolving and changing. The financial products offered are complex and consumers do not understand them. Often they can not choose the most advantageous offer from the structure of the products of the banking institutions. If problems arise, the cause is insufficient knowledge and financial literacy. It is very important for a person to be able to orient himself in a wide range of financial products.*

Keywords: *financial literacy, financial markets, financial products*

JEL Classification: I 22, I 20

Úvod

Služby finančných inštitúcií využíva každý spotrebiteľ. Nakladanie s finančnými prostriedkami je vlastným rozhodnutím každého jednotlivca alebo rodiny. Nesprávne rozhodnutie má často negatívny finančný dopad, niekedy celoživotný. Zložitosť finančných trhov je nereálne zvládnuť. Rozhodujúce je urobiť správne rozhodnutie. Pre správne rozhodnutie musí mať spotrebiteľ k dispozícii dostatok informácií, musí mať schopnosť posúdiť správnosť výberu a rozhodnutia, čo znamená, že musí byť gramotný v oblasti financií. Negramotnosť vo financiách má ekonomické dôsledky.

Spotrebiteľ potrebuje zrozumiteľné informácie o sporení a investovaní, o úveroch a pôžičkách, hypotekárnych úveroch, o poistení, či už životnom alebo neživotnom, o dôchodkovom zabezpečení. Služby finančného sektora sú nesmierne široké.

1. Finančné trhy a finančný spotrebiteľ

Európska komisia venuje pozornosť oblasti ochrany spotrebiteľa aj vo finančných vzťahoch a má snahu zjednotiť problematiku ochrany v prostredí EÚ. Finančné služby sú oblasťou, kde je potrebný vysoký stupeň ochrany

¹ The present paper is one of the outcomes from the work on the VEGA research project No 1/0242/16 *Globalization trends and dynamics of changes in the EU insurance market.*

² doc. Ing. Mária Dzurová, PhD., University of Economics in Bratislava, Slovak Republic, e-mail: maria.dzurova@euba.sk

spotrebiteľa. Ochrana spotrebiteľa pri finančných službách sa za posledné roky zlepšila v súlade so smernicami EÚ. Napriek tomu je spotrebiteľ často cieľom nečestných obchodných praktík, predovšetkým pri úverovej politike.

Problematike ochrany spotrebiteľa sa EK aj OECD venujú od začiatku storočia. Ako vyplýva z prehľadu medzinárodných aktivít týchto inštitúcií, venovaných prehľadu o finančnej gramotnosti v rôznych krajinách, rovnako aj ochrane spotrebiteľa všeobecne. Uvádzam prehľad aktivít podľa Dvořáčka [1] z MF SR, ktorý vymenúva aktivity od roku 2005.

a) *OECD*

Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness (2005)

b) *Európska komisia*

Green Paper on Retail Financial Services in the Single Market (máj 2007)
Hearing on Retail Financial Services (Brusel, september 2007)

c) *Svetová banka*

Consumer Protection in Financial Services (sektorové analýzy ČR a SR, 2007)
Workshop on Consumer Protection in Financial Services (Bratislava, jún 2007)

Z tohto prehľadu vyplýva, že kompetentné inštitúcie sa sústredili na aktivity ochrany spotrebiteľa na finančných trhoch ešte pred vypuknutím finančnej krízy v roku 2008. Súčasťou týchto opatrení bola aj činnosť EK, ktorá predložila Zelenú knihu o retailových službách finančných inštitúcií.

Brusel začal spomínať kľúčovú rolu vzdelávania vo viacerých dokumentoch už v roku 2005, začal členské štáty nabádať, aby prijali efektívne opatrenia na zvýšenie finančnej obozretnosti. Počas zasadnutí Rady Ecofin v rokoch 2006 a 2007 ministri financií členských krajín zdôrazňovali dôležitosť finančného vzdelávania a uvedomelosti spotrebiteľov v tejto oblasti.

Európska komisia predložila na verejnú diskusiu *Zelenú knihu o retailových finančných službách na jednotnom trhu* (máj 2007). Cieľom Zelenej knihy je vysvetliť problémy, s ktorými sa stretávajú spotrebiteľia na finančných trhoch a pri poskytovaní „retailových“ finančných služieb (najmä bežné účty a úvery, poisťné, dôchodkové, sporivé a investičné produkty, platobný styk pre spotrebiteľov). EK odporúča v tejto knihe niektoré opatrenia, ktoré treba preniesť do národných politík ochrany spotrebiteľa vo sfére finančných služieb.

Navrhované opatrenia Zelenej knihy:

- znížiť ceny prostredníctvom hospodárskej súťaže (napr. otázky mobility zákazníkov);
- zvýšiť možnosť výberu, kvalitu a inovácie (očakávajú sa viaceré iniciatívy);

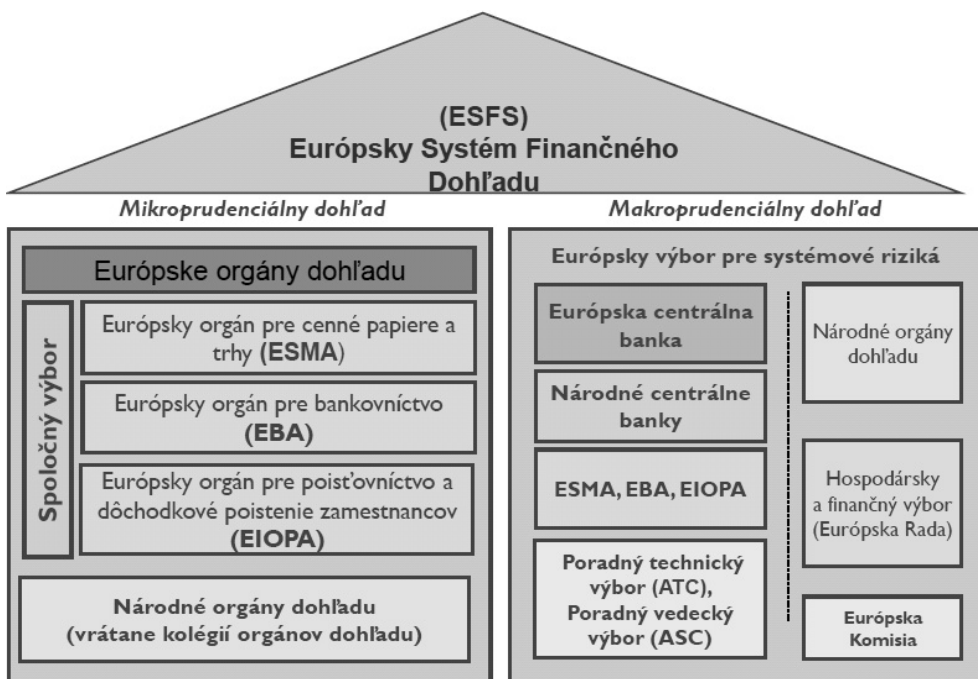
- zvýšiť spotrebiteľskú dôveru (ochrana záujmov spotrebiteľa, zabezpečenie právnej istoty spotrebiteľov, zaručenie prístupu k primeranému odškodneniu a podpora spoľahlivých finančných inštitúcií);
- posilniť postavenie spotrebiteľov (finančná gramotnosť, poskytovanie informácií, objektívne poradenstvo spotrebiteľom, založené na profile zákazníka).

Uvedené opatrenia sú súčasťou národných politík, ako aj súčasťou politiky EK smerom k spotrebiteľovi. Podstatné je posilniť postavenie spotrebiteľa, s čím je spojená aj finančná gramotnosť, veľmi potrebná vo sfére finančných služieb. S jednotlivými stratégiami je spojený vznik smerníc, ktoré sú implementované do právneho poriadku členských krajín, do zmeny právnych systémov členských krajín.

Záujem EK o kvalitu finančných služieb v prostredí EÚ deklaruje aj systém dohľadu v tomto prostredí, ako uvádza schéma č. 1.

Schéma č. 1

Systém dohľadu na finančných trhoch EÚ



Prameň: [21 s.105-106, 15].

Ako vidieť, schéma pokrýva každú oblasť finančného trhu. Najčastejšími informáciami, s ktorými sa v médiách spotrebiteľ stretne, sú o ECB; Európska centrálna banka nastavuje základné parametre služieb pre celú EÚ. Cieľom

príspevku nie je zaoberať sa štruktúrou orgánov v prostredí EÚ, poskytuje len základnú schému s prehľadom pokrytia služieb. Pre problémy na domácom trhu sa spotrebiteľ orientuje na domáce finančné inštitúcie.

Ochrana spotrebiteľa môže pomôcť kompenzovať nerovnosť vo vzťahu spotrebiteľ-poskytovateľ finančných služieb. Spotrebiteľia preto musia byť vybavení schopnosťami, znalosťami, informáciami a dôverou vo svoje spotrebiteľské práva. Práva spotrebiteľov musia byť jasné a zrozumiteľné. Spotrebiteľia musia mať prístup k zodpovedajúcim a primeraným poradenským zdrojom a musia mať vytvorené podmienky a prostriedky na to, aby sa domohli práva vrátane možnosti využitia alternatívneho riešenia sporov mimosúdnu cestou.

1.1. Dohľad nad finančným trhom SR

NBS dohliada a kontroluje ochranu finančných spotrebiteľov na finančných trhoch v súlade s koncepciami EK a platnými predpismi v SR. Cieľom je dosiahnuť stav, aby sa na finančnom trhu v maximálne možnej miere zvýšilo zabezpečenie ochrany práv spotrebiteľov na finančnom trhu pred zlyhaním poskytovateľov finančných služieb na finančnom trhu.

Na finančnom trhu existuje veľmi silná asymetria v informáciách, praktických, vzdelaní spotrebiteľov ako účastníkov finančného trhu voči finančným inštitúciám, sprostredkovateľom. Inštitúcie finančného trhu (banky, poisťovne, sprostredkovatelia, zaisťovne, dôchodkové sporiteľne, burzy cenných papierov, investičné fondy) voči spotrebiteľom disponujú odbornou spôsobilosťou, vzdelaním. Poskytujú širokú štruktúru produktov na strane ponuky. Využívajú kvalitné marketingové stratégie a marketingové nástroje. Na strane dopytu existuje veľká skupina spotrebiteľov, ktorí využívajú finančné služby na osobnú spotrebu. Sú ľahko ovplyvnitelní a zraniteľní, keďže ich vedomosti a znalosti o fungovaní finančného trhu a o jeho rozličných službách nie sú dostatočné na to, aby mohli robiť kvalifikované a racionálne nezávislé rozhodnutia.

Primárna zodpovednosť za nakladanie s vlastným majetkom zostane vždy na samotnom občanovi, nemožno od neho očakávať, že zvládne na konkurenčnej úrovni voči profesionálom zložitú problematiku finančných trhov.

Ministerstvo financií v spolupráci s NBS pripravili a spracovali *Koncepciu ochrany spotrebiteľov na finančných trhoch* ešte v roku 2007; bola schválená vládou SR. Cieľom tejto Koncepcie ochrany spotrebiteľov na finančnom trhu je *identifikovať* oblasti ochrany spotrebiteľov na finančnom trhu a *navrhnuť* opatrenia, ktoré povedú k vyššej ochrane spotrebiteľov na finančnom trhu, k posilneniu prevencie pred takým konaním účastníkov finančného trhu, ktoré by mohlo viesť ku škodám na majetku spotrebiteľov na finančnom trhu,

resp. k zneužívaniu nevýhodnejšieho postavenia a vyššej finančnej gramotnosti spotrebiteľov na finančnom trhu. [10]

Dôraz sa kladie na zvýšenie informovanosti a finančnej gramotnosti. Konceptia sa sústreďuje v podstate na tieto oblasti:

1. zvýšenie úrovne ochrany spotrebiteľa na finančnom trhu,
2. finančné vzdelávanie a finančnú gramotnosť,
3. reguláciu sprostredkovania finančných služieb a finančného poradenstva.

Zvýšenie úrovne ochrany spotrebiteľa na finančnom trhu vyplýva aj zo smerovania politiky EÚ, smerovania stratégií a súvisí s celoživotným vzdelávaním. Finančné vzdelávanie je potrebné posilniť na všetkých stupňoch škôl a zaviesť aj na univerzity tretieho veku, teda aj pre seniorov. Pokiaľ ide o reguláciu sprostredkovania finančných služieb a finančného poradenstva, to musí byť v súlade s právnymi predpismi.

V rámci ochrany spotrebiteľov na finančnom trhu je žiaduca aj existencia účinného mechanizmu mimosúdneho riešenia sporov medzi spotrebiteľmi a poskytovateľmi finančných služieb.

Legislatívnymi úpravami sa dosiahol stav, keď na finančnom trhu pôsobí jediná inštitúcia vybavujúca podania spotrebiteľov na finančnom trhu dohliadaných subjektov – NBS.

V oblasti ochrany spotrebiteľa na finančnom trhu kontrolu dodržiavania povinností ustanovených zákonom č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov vykonávala SOI. Aktuálne je to NBS.

NBS má svojou činnosťou posilniť preventívne účinky právomocí v oblasti budúceho výkonu inšpekčnej činnosti. Posilniť dôveru spotrebiteľov na finančnom trhu v korektné a zdravé fungovanie finančného trhu a zabrániť opakovaniu praktík niektorých finančných inštitúcií, ktoré v minulosti viedli k výraznej nespokojnosti klientov týchto inštitúcií a mohli by viesť aj k zníženiu dôveryhodnosti daného sektora ako celku.

Právomoci a kompetencie vyplývajúce z legislatívnych zmien uskutočnených v prvej etape by mala vykonávať NBS od 1. januára 2015. [10]

Od 1. januára 2015 Národná banka Slovenska pôsobí ako orgán ochrany spotrebiteľa na slovenskom finančnom trhu, to znamená, že dohliada na ochranu práv finančných spotrebiteľov a iných klientov s cieľom prispieť k bezpečnému a zdravému fungovaniu finančného trhu.

Pri zistení porušenia práv finančného spotrebiteľa alebo porušenia povinnosti v oblasti ochrany finančných spotrebiteľov môže NBS:

- uložiť pokutu až do výšky 700 tisíc eur,
- vyzvať subjekt na odstránenie a nápravu zistených nedostatkov,
- zakázať používať nekalú obchodnú praktiku alebo neprijateľnú podmienku,
- zakázať poskytovať alebo sprostredkovať finančnú službu,
- vyzvať subjekt, aby uverejnil opravu neúplnej, nesprávnej alebo nepravdivej informácie,
- odobrať povolenie alebo iné udelené oprávnenie alebo zrušiť registráciu na vykonávanie činnosti v oblasti finančného trhu.

Národná banka Slovenska prihliada pri svojom rozhodnutí na závažnosť, rozsah, dĺžku trvania, následky a povahu zisteného nedostatku.

Národná banka Slovenska s účinnosťou od 1. januára 2015 získala kompetenciu orgánu ochrany spotrebiteľa pre slovenský finančný trh, a teda dohliada na dodržiavanie povinností dohliadaných subjektov vyplývajúcich z právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa. V tejto súvislosti bol k 1. septembru 2014 vytvorený odbor ochrany finančných spotrebiteľov s tromi oddeleniami (oddelenie prvostupňových konaní a metodiky, oddelenie výkonu dohľadu na ochranu finančných spotrebiteľov, oddelenie podaní finančných spotrebiteľov).

NBS chce dosiahnuť cieľ preventívnymi metódami a následne aj represívne, ak sa porušujú pravidlá a zákony vo vzťahu k spotrebiteľom. NBS môže za porušenie povinností v oblasti ochrany spotrebiteľa na finančnom trhu uložiť:

- peňažnú sankciu,
- zákaz nekalej obchodnej praktiky alebo používania neprijateľnej zmluvnej podmienky v neprospech finančného spotrebiteľa,
- zákaz poskytovania finančnej služby, ktorá je v rozpore s pravidlami ochrany spotrebiteľov,
- odobrať povolenie alebo iné udelené oprávnenie.

V súlade so zákonom č. 757/2004 Z. z. o súdoch a o zmene a doplnení niektorých predpisov v znení neskorších predpisov iba Najvyšší súd Slovenskej republiky dbá o jednotný výklad a jednotné používanie zákonov a iných všeobecne záväzných právnych predpisov vlastnou rozhodovacou činnosťou a tým, že prijíma stanoviská k zjednocovaniu výkladu zákonov a iných záväzných právnych predpisov.

Inštitút Bankového ombudsmana bol zriadený podľa vzoru nemeckého, talianskeho a poľského modelu v roku 2007 Slovenskou bankovou asociáciou.

Monitoruje a vyhodnocuje podnety spotrebiteľov, mimosúdne riešenie sporov medzi bankami a spotrebiteľmi. Pôsobnosť ombudsmana sa vzťahuje na banky, pobočky zahraničných bánk a sporiteľne, ktoré sú členmi SBA a ktoré sa zaviazali dodržiavať Etický kódex bánk v oblasti ochrany spotrebiteľa.

Súčasný stav v oblasti ochrany spotrebiteľa na finančnom trhu je dosť problémový. Národná banka Slovenka sa zaoberá podnetmi od spotrebiteľov. Rieši podania voči bankám, poisťovniam, dôchodkovým správcovským spoločnostiam, doplnkovým dôchodkovým spoločnostiam a iné. *Ochrana spotrebiteľa na finančnom trhu* je nevyhnutná z dôvodu nárastu poskytovateľov finančných služieb, rôznorodosti a zložitosti produktov, informačnej a odbornej asymetrie spotrebiteľov a poskytovateľov finančných služieb.

1.2. Poškodzovanie ekonomických záujmov finančného spotrebiteľa

Marketingové aktivity finančných inštitúcií sú premyslené. Spotrebiteľ reaguje na marketingové aktivity podnikateľov v médiách, ktoré vyzývajú spotrebiteľov neuvážene nakupovať vyhláseniami: odmeňte sa, urobte si radosť, požičajte si a odmeňte sa, to je ten výrobok, ktorý je určený práve pre vás, nákupné maniačky a podobné relácie v televíziách, ktoré sú motorom nákupných rozhodnutí spotrebiteľov. Na nákupy spotrebiteľa potrebujú dostatok finančných prostriedkov. Ak ich niet, potom si peniaze požičiavajú. Všetko v súlade s konzumným životným štýlom. Marketingové výzvy spojené s nedostatkom finančnej gramotnosti spôsobujú mnoho problémov a nesprávnych rozhodnutí spotrebiteľov. Veď kto by sa nechcel zaradiť oblečením, vybavením, autom, telefónom a pod. do inej sociálnej skupiny, než do ktorej reálne patrí?

Trendom je byť „in“ a mať všetko to, čo ostatní. Bez rozdielu, či na to mám alebo nie. Však dnes nie je problém požičať si finančné prostriedky.

NBS na svojej webovej stránke uvádza: Klamanie spotrebiteľov v bankách, poisťovniach, ako aj v oblasti investičných produktov a spotrebiteľských úverov bolo donedávna bežným nástrojom zabezpečovania ziskov spoločností a príjmov jednotlivcov zúčastnených na sprostredkovaní a predaji.

Finančné inštitúcie disponujú vzdelaným personálom, ktorý ovláda všetky oblasti finančného trhu, pričom vo vzťahu k spotrebiteľovi majú všetky inštitúcie veľké rezervy. Základom finančných vzťahov k spotrebiteľom je ponúkať „produkt šitý na mieru“ so zodpovedajúcimi informáciami o cene, poplatkoch, štruktúre služieb súvisiacich s ponúkaným produktom. Aktuálne aj finančné spoločnosti majú záujem ponúkať produkty spotrebiteľovi, ktorý je dostatočne informovaný. Znamená to, že spotrebiteľ má byť „rovnocenným“ partnerom, ktorý disponuje informáciami, vie čítať všetky informácie a zvažovať ich obsah, vie posúdiť vhodnosť produktu pre vlastné potreby, vie sa pýtať, chce konzultovať podmienky s právnikmi, preštudovať si doku-

menty v pohodlí domova a pod. Všetky informácie má mať kontaktná osoba finančnej inštitúcie, teda aj osobný bankár.

NBS ako orgán dozoru zisťuje situáciu kontrolami aj spotrebiteľskými podaniami. Zistenia sú argumentom pre upozornenie spotrebiteľov, kontrolných orgánov, ako aj banky, aby venovali pozornosť vzdelávaniu vlastného personálu aj spotrebiteľov, dodržiavali etické princípy konania vo vzťahu k spotrebiteľovi.

Príkladmi sú: nebankové subjekty a súdne spory, falošné poradenstvo (nevhodné produkty, zavádzajúce informácie a zatajovanie podstatných skutočností o produktoch), uzavretie nevýhodných životných poisťiek (ŽP), úžera.

NBS a riešenie nedostatkov na finančnom trhu

Do roku 2015 riešila problémy spotrebiteľov s finančnými inštitúciami Slovenská obchodná inšpekcia. Od roku 2015 je to kompetencia NBS. Spotrebiteľia posielajú do NBS podnety na prešetrenie prístupu finančných inštitúcií k spotrebiteľom v konkrétnych prípadoch.

Tabuľka č. 1 uvádza podnety spotrebiteľov riešené SOI.

Tab. č. 1

Podnety spotrebiteľov v SOI

Roky	Podania spotrebiteľov / úvery
2011	144
2012	204
2013	293
2014	230
2015	0 - evidencia v NBS

Prameň: vlastné spracovanie na základe výročných správ SOI v rokoch 2011 - 2015 [22].

V ďalšej tabuľke č. 2 sú uvádzané podnety spotrebiteľov riešené NBS.

Tab. č. 2

Podnety spotrebiteľov NBS

Roky	Podania spotrebiteľov	Úvery
2014	1478	-
2015	1645 + 167	209
2016	2376 + 702	430
2017	2364 - 10	353
2018	1948 - 416	-

Prameň: vlastné spracovanie na základe výročných správ NBS v rokoch 2014 – 2018 [14].

Z uvedených tabuliek vyplýva prehľad podaní spotrebiteľov na prešetrenie, pričom SOI evidovala len podnety na úvery – uvádzané sú vo výročných

správach. Najväčší počet prijatých podaní sa opäť týkal spotrebiteľských úverov. Často išlo o úvery poskytované nebankovými subjektmi, pričom zmeny zákonov pri poskytovaní úverov umožnili vyčistiť trh a zostalo len málo nebankových subjektov pre „rýchle“ pôžičky – úvery. Rozdiel je v roku 2014 – SOI eviduje 230 podaní na úvery. Aj NBS uvádza počet podnetov spotrebiteľov – a ten je 1478 podaní, ale nevyčleňuje samostatne úvery v záverečnej správe. V tom čase neboli úvery prioritné, spotrebiteľia podávali podnety skôr na poistenie a povinné zmluvné poistenie. Ako vyplýva z tabuľky č. 2, počet podaní spotrebiteľov stúpal, pokles je zaznamenaný v roku 2018, keď voči predchádzajúcemu roku došlo k poklesu o 416 podaní.

V podaniach spotrebiteľov sú namietané nedostatky zmluvy o spotrebiteľskom úvere, ktoré môžu mať za následok bezodplatnosť a bezpoplatkovosť spotrebiteľských úverov. Podania spotrebiteľov sú zdrojom informácií, ktoré NBS využíva pri výkone dohľadu na mieste, dohľadu na diaľku a pri vedení konaní voči dohliadaným subjektom.

1.3. Spotrebiteľ ako subjekt na finančnom trhu

Poskytovateľmi služieb vo finančnom sektore sú banky, poskytovatelia platobných služieb, kam patria hypotekárne banky, stavené sporiteľne, poskytovatelia elektronických peňazí, ďalším subjektom sú poisťovne, zaistovne, dôchodkové sporiteľne, finanční sprostredkovatelia a poradenské spoločnosti, burzy cenných papierov a investičné fondy, nebankoví veritelia a ostatné subjekty.

Poskytovatelia finančných služieb musia mať definované základné pojmy pre finančné vzťahy – teda spotrebiteľa, finančného spotrebiteľa, zraniteľného spotrebiteľa.

Národná banka Slovenska pracuje s pojmom spotrebiteľ a finančný spotrebiteľ: „Každý, kto nakupuje tovar alebo používa služby pre seba alebo pre svojich blízkych, robí to mimo podnikateľskej činnosti alebo mimo výkonu svojej práce, je *spotrebiteľ*. Ak spotrebiteľ používa služby finančných inštitúcií, je *finančným spotrebiteľom*.

Dokumenty EÚ sú sústredené aj na ochranu *zraniteľných spotrebiteľov*. Tento pojem sa premietol do právneho poriadku členských krajín. *V trhových vzťahoch je zraniteľným spotrebiteľom v podstate každý spotrebiteľ*. Osobitne zraniteľnými spotrebiteľmi sú predovšetkým deti, seniori, osoby so zdravotným postihnutím.

Podľa Euractiv za typického „zraniteľného spotrebiteľa“ sa dá považovať niekto, koho zraniteľnosť je v obchodnom vzťahu spôsobená vnútornými faktormi. To sú najmä tie, pri ktorých zraniteľnosť spotrebiteľa vyplýva z fyzickej či psychickej situácie (deti, mladiství, staršie osoby, osoby so zdravotným

postihnutím a pod.). Vonkajšie faktory sú napríklad neznalosť jazyka, chýbajúce vzdelanie (všeobecné alebo konkrétne v danom trhovom odvetví) alebo jednoducho aj povinnosť používať nové technológie, ktoré spotrebiteľovi nie sú známe. Správa Európskeho parlamentu teda uvádza, že „zraniteľným spotrebiteľom” sa môže stať hocikto a hocikedy. [5]

Spotrebiteľské právo v EÚ používa pojem „*priemerný spotrebiteľ*.” Ide o spotrebiteľa, ktorý je bežne informovaný, primerane pozorný a obozretný. Judikatúra Európskeho súdneho dvora uvádza v dokumentoch ako priemerného spotrebiteľa takého, ktorý je:

- v rozumnej miere informovaný,
- sám vyhľadáva informácie,
- je obozretný, nie unáhlený.

Spotrebiteľ vie, kde informácie hľadať, získať, aby bol v primeranej miere informovaný. Všetky získané informácie majú byť použité na obozretný prístup, teda nie na unáhlené rozhodovanie.

Spotrebiteľ je zraniteľný, ak je obmedzený zdravotným stavom aj psychikou. Okrem osobných obmedzení môže ísť aj o externú situáciu, ako je prístup obchodníka, poskytovateľa služieb (napríklad agresivita, keď sa spotrebiteľ môže zľaknúť), okolnosti prostredia, nedostatočná znalosť jazyka v príslušnej krajine (národnostné menšiny, migranti, cudzinci) a iné. Rôzne krajiny zraniteľného spotrebiteľa môžu vnímať rozdielne. Medzinárodná normalizačná organizácia skúma riziko spotrebiteľa pri zranení alebo inej fyzickej ujme. ISO/IEC 51 Bezpečnostné hľadiská - Smernica uvádza: *zraniteľný spotrebiteľ (vulnerable consumer)* je spotrebiteľ, ktorý môže byť vystavený väčšiemu riziku škody spôsobenej výrobkami alebo v dôsledku svojho veku, úrovne gramotnosti, fyzickej alebo dušenej kondície alebo obmedzení, alebo schopnosti posúdiť informácie o bezpečnosti výrobku.

Norma ISO 26000:2100 „Pokyny pre oblasť spoločenskej zodpovednosti“ uvádza aj pojem zraniteľná skupina. *Zraniteľná skupina* je definovaná ako skupina osôb so spoločnou charakteristikou alebo niekoľkými spoločnými charakteristikami, ktoré môžu byť základom diskriminácie alebo nepriaznivých sociálnych, ekonomických, kultúrnych, politických alebo zdravotných okolností a spôsobujú, že im chýbajú prostriedky na zabezpečenie ich práv alebo iných možností využívať rovnaké príležitosti.

Diskriminácia sa týka jednotlivých skupín spotrebiteľov alebo jednotlivcov, môže nastať iné poškodenie spotrebiteľov až po poškodenie zdravia. Jednoznačne z toho vyplýva poškodenie ekonomických záujmov spotrebiteľa. V prostredí Slovenska sú zraniteľnými osobami deti, staršie osoby, ale aj

osoby, ktoré sú obmedzené svojimi schopnosťami – fyzickými alebo aj duševnými, zdravotne postihnuté so zníženou schopnosťou pohybu a orientácie.

V slovenských podmienkach vláda spracovala a deklaruje v rámci svojej politiky aj otázku ochrany spotrebiteľov. Program *Spotrebiteľia* bude v nasledujúcich rokoch podporovať spotrebiteľskú politiku EÚ. Spotrebiteľia sú centrom záujmu jednotného trhu a posilniť treba ich postavenie. EÚ chce dosiahnuť, aby sa spotrebiteľia mohli aktívne zúčastňovať na fungovaní trhu a aby trh z ich pohľadu fungoval efektívne, najmä:

- zvyšovaním bezpečnosti výrobkov prostredníctvom účinného dohľadu nad trhom;
- zlepšovaním informovanosti spotrebiteľov, ich vzdelania a povedomia o ich právach;
- posilnením práv spotrebiteľov a účinného odškodnenia, najmä alternatívnym riešením sporov;
- posilnením cezhraničného presadzovania práv;
- *zaistením bezpečnosti a posilnením rámca dohľadu nad trhom*, prostredníctvom systémov EÚ, ako je napríklad RAPEX – systém rýchleho varovania pre nebezpečné spotrebiteľské výrobky;
- *pomocou informačných a vzdelávacích iniciatív*, aby sa zvýšila informovanosť spotrebiteľov o ich právach, najmä mladých spotrebiteľov. Zahŕňa to aj nepretržitý rozvoj *poznatkov* s cieľom tvorby lepšej politiky na vnútroštátnej úrovni a úrovni EÚ, ktoré sa týkajú spotrebiteľských záležitostí. Je tu návrh vytvoriť tzv. hodnotiacu tabuľku spotrebiteľských trhov. Touto tabuľkou sa mapujú trhy, ktoré v Európe zlyhávajú zo spotrebiteľského hľadiska (určitá analýza monitorovania trhov z pohľadu spotrebiteľov);
- prijatím *právnych predpisov zameraných na posilnenie práv spotrebiteľov* (napr. smernica o spotrebiteľskom úvere, smernica univerzálnej služby v roku 2014 a nariadenia o roamingu v roku 2016). Ďalším dôležitým opatrením je riešenie odškodnenia spotrebiteľov, najmä pokiaľ ide o alternatívne riešenie sporov;
- *presadzovaním práva prostredníctvom „celoplošných kontrol“*, ktoré sú koordinované Európskou komisiou a súčasne vykonávané vnútroštátnymi orgánmi presadzujúcimi záujmy spotrebiteľov, aby sa zistilo, kde sa ohrozujú alebo odopierajú práva spotrebiteľa. [2]

Tieto opatrenia podložené legislatívnymi nástrojmi sa pretransformujú do vzdelávania spotrebiteľov. V ďalšej časti sa nebudeme venovať výhradne finančným predpisom, ale ochrane spotrebiteľa všeobecne z dôvodu smerova-

nia politiky EK a zmeny smerníc na ochranu spotrebiteľov, nastavenia zakázaných praktík v obchodnom vzťahu spotrebiteľ – podnikateľ, poskytovateľ služieb, teda aj finančných. V tejto oblasti je nevyhnutné vzdelávať spotrebiteľov v každom veku a v každom prostredí.

2. Spotrebiteľské práva a nekalé praktiky

Ochranu spotrebiteľa v podstate v SR pokrýva zákon o ochrane spotrebiteľa č. 250 / 2007 Z. z. s početnými novelami. Aktuálne novela zákona č. 250/2007 Z. z. priniesla mnohé zmeny. Je ňou aj nová definícia spotrebiteľa, pričom na podnet EK je zo zákona vylúčený spotrebiteľ, ktorým bol podnikateľ a nakupoval pre vlastnú spotrebu a fungovanie firmy v maloobchode.

Dnes je spotrebiteľom:

1. fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá nakupuje výrobky alebo používa služby pre osobnú potrebu alebo pre potrebu príslušníkov svojej domácnosti,
2. fyzická osoba, ktorá predáva spotrebiteľovi rastlinné a živočíšne výrobky z vlastnej drobnej pestovateľskej činnosti alebo chovateľskej činnosti alebo lesné plodiny,
3. fyzická osoba, ktorá predáva vlastné použité výrobky, okrem potravín.

Novela zákona č. 250/2007 Z. z. uvádza *práva spotrebiteľa*, preberáme presné znenie zo zákona, § 3 Práva spotrebiteľa.

Práva spotrebiteľa:

1. Každý spotrebiteľ *má právo na výrobky a služby v bežnej kvalite, uplatnenie reklamácie, náhradu škody, vzdelávanie, informácie, ochranu svojho zdravia, bezpečnosti a ekonomických záujmov a na podávanie podnetov a sťažností* orgánom dozoru a kontroly (ďalej len „orgán dozoru“) a obci pri porušení zákonom priznaných práv spotrebiteľa.
2. Každý spotrebiteľ *má právo na ochranu pred neprijateľnými podmienkami* v spotrebiteľských zmluvách.
3. Každý spotrebiteľ *má právo združovať sa* spolu s inými spotrebiteľmi v združeníach a prostredníctvom týchto združení v súlade so zákonom chrániť a presadzovať oprávnené záujmy spotrebiteľov, ako aj uplatňovať práva zo zodpovednosti voči osobám, ktoré spôsobili škodu na právach spotrebiteľov.
4. Proti porušeniu práv a povinností ustanovených zákonom s cieľom ochrany spotrebiteľa môže sa spotrebiteľ proti porušiteľovi na súde *domáhať ochrany* svojho práva. Združenie sa môže na súde proti porušiteľovi

domáhať, aby sa porušiteľ zdržal protiprávneho konania a aby odstránil protiprávny stav, a to aj vtedy, ak takéto konanie porušiteľa poškodzuje záujmy spotrebiteľov, ktoré nie sú len jednoduchým súhrnom záujmov jednotlivých spotrebiteľov poškodených porušením spotrebiteľských práv, ale ide o konanie porušiteľa uplatňované voči všetkým spotrebiteľom (ďalej len „kolektívne záujmy spotrebiteľov“). Spotrebiteľ, ktorý na súde úspešne uplatní porušenie práva alebo povinnosti ustanovenej týmto zákonom a osobitnými predpismi, má právo na primerané finančné zadost'učinenie od toho, kto za porušenie práva alebo povinnosti ustanovenej týmto zákonom a osobitnými predpismi zodpovedá. [20]

Cieľom zákona o ochrane spotrebiteľov je poskytnutie zvýšenej ochrany tým skupinám obyvateľstva, ktoré sú v spotrebiteľských vzťahoch obzvlášť náchylné podľahnúť rôznym zavádzajúcim praktikám obchodníkov, pričom znášanie ekonomických dôsledkov neférových obchodných praktík im neraz znemožňuje zabezpečenie základných životných potrieb. Preto návrh zákona zavádza pojem *zraniteľného spotrebiteľa a priemerného spotrebiteľa*.

Základnými právami spotrebiteľa teda sú:

1. *Právo na výrobky a služby v bežnej kvalite – ide o právo na výber tovarov a služieb, ktoré sú na trhu dostupné, pričom kvalita musí zachovávať pravidlá bezpečnosti výrobkov. Je to vlastne právo prístupu k rozmanitým výrobkom, na základe dostatočných informácií má spotrebiteľ možnosť vybrať si zo širokého výberu tovarov a služieb so zárukou uspokojivej kvality.*
2. *Uplatnenie reklamácie, čo znamená, že ak výrobok nespĺňa kvalitatívne požiadavky a predstavy spotrebiteľa, neplní svoju funkciu, je možné na výrobok uplatniť v zmysle platnej legislatívy reklamáciu.*
3. *Náhrada škody - vybavovanie sťažností umožní dostať jasné odpovede na sťažnosti, kompenzácie za nedostatky pri nákupe, najmä za nepodarkové tovary a neuspokojivé služby.*

Pri porušení základných práv spotrebiteľa má každý právo na náhradu spôsobenej škody na majetku, zdraví a uplatňovať sťažnosti na prístup podnikateľov.

4. *Vzdelávanie, spotrebiteľská výchova – znamená spoznanie faktorov, ktoré vplývajú na ekonomické spotrebiteľské rozhodovanie, vzdelaním a výchovou môže spotrebiteľ získať poznatky a vedomosti, ktoré potrebuje pre správny, spohľadlivý výber tovarov a služieb na základe kvalitných informácií.*

Základné spotrebiteľské vzdelanie ako právo umožní spotrebiteľovi racionálne sa rozhodovať, aby dosiahol zhodnotenie svojich prostriedkov primeraným efektom nakúpenej služby či tovaru. Vzdelávaním získa

spotrebiteľ množstvo dôležitých informácií o situácii na trhu a o svojom postavení v obchodných vzťahoch.

5. *Informácie – podstatou je prístup k dostatočným a úplným informáciám, ktoré spotrebiteľ potrebuje, to umožní chrániť sa pred obchodnými praktikami. Keďže marketingové praktiky v súčasnom období agresívne pôsobia vo všetkých médiách, zvädzajú spotrebiteľov k nechceným či neplánovaným nákupom, k nadmernej spotrebe. Správnymi informáciami možno dosiahnuť, aby spotrebiteľ chápal a vedel posúdiť vplyv reklamy na nákupné správanie a vedel reagovať na nečestnú reklamu, nepoctivú inzerciu a nepostačujúce označovanie výrobkov.*
6. *Ochrana svojho zdravia – teda výrobky a služby nesmú poškodzovať zdravie spotrebiteľa používaním, spotrebou a konzumáciou, rovnako platí aj zodpovednosť výrobcov za kvalitu tovarov, poskytovateľov služieb, zodpovednosť za kvalitu poskytovaných služieb tak, aby nedošlo k poškodeniu zdravia spotrebiteľa. S tým súvisí aj požiadavka na zdravé životné prostredie, to vedie k rastu kvality života, pracovné prostredie je tiež bezpečné a neohrozuje kvalitu života spotrebiteľov.*
7. *Bezpečnosť – výrobkov, služieb – chráni spotrebiteľa pred nebezpečnými výrobkami a službami, ktoré predstavujú riziko ohrozenia zdravia alebo života. Mnohé nebezpečné výrobky môžu ohroziť zdravie a život spotrebiteľa, z toho dôvodu treba zabezpečiť ochranu spotrebiteľa, kontrolovať uvádzanie výrobkov na trh, vyhýbať sa krajinám, kde je najčastejší výskyt nevhodných výrobkov, postihovať podnikateľov, ktorí porušujú základné právne predpisy a dovážajú alebo uvádzajú na trh nevhodné alebo nebezpečné výrobky.*
8. *Ekonomické záujmy – teda zabezpečiť racionálne rozhodovanie spotrebiteľov, posúdiť zraniteľnosť spotrebiteľov v čase podpisu zmlúv, nevýhodné podmienky sú zakázané v súlade s platnou legislatívou.*
9. *Na podávanie podnetov a sťažností, právo spotrebiteľa byť zastupovaný pri rokovaniach s úradmi, ochraňovať spotrebiteľské záujmy pri tvorbe a realizácii vládnej politiky. Spotrebiteľ môže byť zastupovaný aj pri riešení súdnych sporov. V jednaní s úradmi má byť spotrebiteľ zastupovaný vlastnými zástupcami, čo sú obvykle zástupcovia združení na ochranu spotrebiteľov. Podieľajú sa na oponovaní zákonných opatrení súvisiacich s ochranou spotrebiteľa. [20]*

Spotrebiteľia sa v prostredí trhu EÚ často stretávajú s klamlivými informáciami, rôznymi typmi finančného poškodeniami, rôznymi typmi poškodenia výrobkov, preto sa stalo nevyhnutným vyriešiť problém klamania a poškodzovania ekonomických záujmov spotrebiteľa. V prostredí EÚ to znamenalo

identifikovať zdroje klamaní spotrebiteľa, definovať ich, zapracovať všetko do smerníc EÚ, ako aj do právneho rámca každej krajiny. Smernica EK taxatívne vymenúva jednotlivé praktiky, ktoré sa stali súčasťou predpisov členských krajín na žiadosť EK. Tak sa tieto obchodné praktiky stali súčasťou zákona o ochrane spotrebiteľa.

2.1. Obchodné praktiky

Obchodná praktika je konanie, opomenutie konania, spôsob správania alebo vyjadrovania, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu predávajúceho, priamo spojené s ponukou, predajom a dodaním výrobku spotrebiteľovi. Obchodné praktiky sú nečestné (nekalé), možno ich podľa stanovenejších kritérií považovať za neprijateľné.

Obchodná praktika sa považuje za nekalú:

- ak je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti,
- ak podstatne narušuje alebo môže podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak sa obchodná praktika orientuje na určitú skupinu spotrebiteľov.

Za nekalú obchodnú praktiku sa v zmysle zákona považuje najmä klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania a agresívna obchodná praktika. Zoznam konkrétnych klamlivých a agresívnych obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, pritom zákon uvádza v samostatnej prílohe.

Obchodná praktika sa považuje za nečestnú-nekalú vtedy, ak je v zásadnom rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti. Narušuje ekonomické správanie *priemerného* spotrebiteľa vo vzťahu k tovarom alebo službe. Môže ovplyvniť nákupné správanie zraniteľných spotrebiteľov aj osobitne zraniteľných spotrebiteľov z dôvodu ich duševnej poruchy alebo telesnej chyby, veku alebo dôverčivosti. Zoznam obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nečestné (nekalé), uvádza príloha zákona č. 250/2007 Z. z. Porušenie práv spotrebiteľa podľa týchto obchodných praktík, ktoré sú za každých okolností nekalé, je trestný čin. Nekalé obchodné praktiky sú zo zákona zakázané.

Klamlivé konanie a klamlivé opomenutie

Klamlivá obchodná praktika vedie k nesprávnemu rozhodnutiu spotrebiteľa. Obsahuje nesprávne informácie, uvádza spotrebiteľa do omylu vo vzťahu k:

- výrobku alebo k povahe výrobku,

- hlavným znakom výrobku, čo predstavuje dostupnosť, výhody, nevýhody, riziká, vyhotovenie, zloženie, príslušenstvo, servis zákazníkovi po predaji, reklamácie a ich vybavenie, výrobný postup a dátum výroby, spotreby a povinné náležitosti na obaloch, spôsob dodávky, použitie, množstvo, špecifikácie, krajina pôvodu, očakávané výsledky použitia, ukazovatele skúšok, kontrol vykonaných na výrobku,
- záväzkom predávajúceho, k motívom obchodnej praktiky, charakteru procesu predaja, vyhlásenie alebo symbol týkajúci sa priameho alebo nepriameho sponzorstva, schválenia predávajúceho alebo výrobku,
- cene, výpočtu ceny, cenovej výhody,
- servisu, náhradným dielom, výmene alebo opravám,
- osobe, právu predávajúceho, jeho splnomocnenca, identifikácia, majetok, kvalifikácia, postavenie, uznanie, členstvo v organizáciách, väzby a vlastníctvo práv vyplývajúcich z priemyselného, obchodného alebo duševného vlastníctva alebo jeho ocenenia a vyznamenania, alebo
- právu spotrebiteľa vrátane práva na výmenu dodaného výrobku alebo vrátenie peňazí podľa osobitného predpisu alebo k rizikám, ktorým môže byť vystavený.

Obchodná praktika sa taktiež *považuje za klamlivú* ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, a zahŕňa:

- marketing výrobku vrátane porovnávacej reklamy, ktorý spôsobuje nebezpečenstvo zámery s akýmkoľvek iným výrobkom, ochrannou známkou, obchodným menom alebo iným rozlišujúcim znakom účastníka hospodárskej súťaže,
- neplnenie záväzkov obsiahnutých v kódexe správania, k dodržiavaniu ktorých sa predávajúci zaviazal.

Obchodná praktika sa tiež považuje za klamlivú, ak opomenie podstatnú informáciu potrebnú pre priemerného spotrebiteľa, aby rozhodol o obchodnej transakcii. Zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. *Za klamlivé opomenutie* sa tiež považuje, ak predávajúci skrýva alebo poskytuje nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom už spomenuté podstatné informácie, alebo neoznami obchodný účel obchodnej praktiky, ibaže je zrejmý z kontextu, pričom v dôsledku klamlivého opomenutia priemerný spotrebiteľ prijme rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neprijal.

Pri obmedzovaní oznamu o obchodnej praktike sa rozhoduje o tom, či boli informácie opomenuté. Rovnako aj to, aké opatrenia prijať na sprístupnenie informácií spotrebiteľovi.

Pri výzve spotrebiteľovi na kúpu sa za podstatné informácie považujú informácie o:

- vlastnostiach výrobku v rozsahu primeranom komunikačnému prostriedku,
- údajoch o predávajúcom (obchodné meno a iné povinné údaje),
- cene, o spôsobe výpočtu, o nákladoch na dopravu, dodanie, poštovné, alebo ak tieto náklady nemožno určiť vopred, skutočnosť, že do ceny môžu byť zarátané takéto ďalšie náklady,
- spôsobe platby, podmienkach dodania, vyhotovenia a vybavovania reklamácie, ak sa odlišujú od požiadaviek odbornej starostlivosti,
- existencii práva na odstúpenie od zmluvy alebo vypovedanie zmluvy.

Agresívna obchodná praktika

Ak agresívna obchodná praktika používa obťažovanie, nátlak vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraný vplyv, berú sa do úvahy:

- načasovanie, miesto, povaha alebo dĺžka trvania,
- hrozba alebo hanlivý jazyk alebo správanie,
- zneužívanie osobného nešťastia alebo okolnosti, ktoré sú predávajúcemu známe a ktoré sú natoľko vážne, že môžu zhoršiť úsudok spotrebiteľa, ovplyvniť rozhodnutie spotrebiteľa so zreteľom na výrobok,
- sťažujúce alebo neprimerané mimozmluvné prekážky predávajúceho, ak si spotrebiteľ želá vykonať práva podľa zmluvy vrátane práva vypovedať zmluvu alebo zmeniť výrobok alebo predávajúceho,
- hrozba krokov, ktoré nemožno podniknúť legálne.

Praktiky sú vymenované a sú súčasťou zákona o ochrane spotrebiteľov. Je nevyhnutné docieľiť postih podnikateľov poškodzujúcich práva spotrebiteľov. Rovnako určiť oprávnené subjekty kontroly trhu a dodržiavania práv spotrebiteľov.

Smernica o nekalých obchodných praktikách bola prijatá 11. mája 2005. Jej cieľom je zabezpečiť, aby spotrebiteľia neboli klamaní ani vystavení agresívnemu marketingu a aby všetky tvrdenia obchodníkov v EÚ boli jednoznačné, presné a zdôvodnené, a na základe toho budú mať spotrebiteľia možnosť uvážene sa rozhodnúť podľa svojich skutočných potrieb. Rozsah pôsobnosti smernice je veľmi široký, ako sa ustanovuje vo vymedzení obchodných prak-

tík (podnikateľov voči spotrebiteľom) v jej článku 2 písm. d): „*akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom*“. Produkt sa vymedzuje ako „*akýkoľvek tovar alebo služba vrátane nehnuteľností, práva a záväzku*“. Smernica sa uplatňuje prakticky na všetky transakcie medzi podnikmi a spotrebiteľmi („B2C“) a vo všetkých odvetviach. Okrem toho sa uplatňuje nielen na reklamnú/marketingovú fázu transakcie, ale takisto „*...počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu*“. Zaoberá sa však len ochranou hospodárskych záujmov spotrebiteľov vo vzťahu k opatreniam, ktorých cieľom alebo výsledkom je označenie obchodnej praktiky za nekalú, na úkor ostatných záujmov ako zdravie a bezpečnosť alebo životné prostredie. Členské štáty môžu rozšíriť rozsah pôsobnosti smernice o nekalých obchodných praktikách alebo v súlade s ostatnými právnymi predpismi EÚ upraviť ostatné druhy vzťahov. Takisto môžu určiť vplyv nekalej praktiky na platnosť, uzatvorenie alebo účinok zmluvy pod podmienkou, že smernicou o nekalých obchodných praktikách sa neharmonizuje zmluvné právo.

Smernica o nekalých obchodných praktikách poskytuje ochranu pred nekalými obchodnými praktikami v oblasti podpory predaja. Prostredníctvom ustanovení článku 6 ods. 1 písm. d) sa zabráňuje obchodníkom poskytovať spotrebiteľom klamlivé informácie o prvkoch ako „*cena alebo spôsob výpočtu ceny, alebo existencia osobitnej cenovej výhody*“. Zákazy ustanovené v prílohe I sú zamerané na osobitné praktiky podpory predaja, ako napríklad vábivá reklama (bod 5), osobitné ponuky (bod 7), vypísanie cien (bod 19), cenová súťaž (bod 31) a používanie slova „*zadarmo*“ (bod 20). Článok 5 ods. 2 je „*všeobecná doložka*“ smernice o nekalých obchodných praktikách, keďže zakazuje nekalé obchodné praktiky vo všeobecnosti.

Odborná starostlivosť sa vymedzuje ako „*úroveň špeciálnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od obchodníka pri jeho konaní voči spotrebiteľom, zodpovedajúca čestnej obchodnej praxi a/alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňujúcej sa v oblasti obchodníckej činnosti*“. Tento pojem zahŕňa zásady, ktoré sa už osvedčili v právnych predpisoch členských štátov, ako napríklad „*čestná obchodná prax*“ a „*dobrá viera*“, pričom dodatočný význam sa prikladá normatívnym hodnotám, ktoré sa uplatňujú konkrétne v uvedenej oblasti podnikateľskej činnosti.

V článku 5 ods. 3 sa ustanovuje osobitná ochrana spotrebiteľov, ktorí sú obzvlášť zraniteľní z dôvodu svojej duševnej poruchy alebo fyzickej slabosti, veku alebo dôverčivosti, ak príslušná obchodná praktika ovplyvňuje ich ekonomické správanie spôsobom, ktorý môže obchodník rozumne predpokladať.

Pre osobitnú kategóriu zraniteľných spotrebiteľov, deti, je užitočná dodatočná ochrana prostredníctvom prílohy I, v ktorej sa v bode 28 konkrétne

zakazuje „zahrnutie priameho nabádania pre deti do reklamy, aby si kúpili alebo aby presvedčili svojich rodičov alebo iných dospelých, aby im kúpili propagované produkty“. Dánsko zdôrazňuje, že agresívne praktiky sú často zamerané na deti v oblasti hier on-line.

Po 18 mesiacoch vyšetrovania na vnútroštátnej úrovni bolo 70 % uvedených webových stránok opravených alebo zrušených. Výsledky prvej fázy akcie „sweep“ zameranej na kontrolu digitálneho obsahu v roku 2012 ukázali, že neplnoleté osoby sú ešte stále terčom webových stránok, ktoré očividne nie sú v súlade s predpismi o ochrane spotrebiteľa, a že uvedené stránky ich často lákajú k nákupu tovaru prostredníctvom údajne bezplatných hier. O klamlivú činnosť ide vtedy, keď obsahuje nesprávne informácie alebo keď sa tieto informácie klamlivo prezentujú, a zapríčiňuje alebo je schopná zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil.

Často sa uvádzajú nepravdivé informácie o hlavných vlastnostiach a/alebo cene produktu alebo služby, ktoré sa ponúkajú na predaj v oblastiach internetových a telekomunikačných služieb (napr. rýchlosť širokopásmového pripojenia), finančných služieb (napr. spotrebiteľský úver, životné poistenie), cestovného ruchu (napr. ubytovanie vrátane poplatkov za kreditné karty v súvislosti s hotelmi, časovo obmedzené a súvisiace produkty), leteckej dopravy a elektronického obchodu.

Agresívne praktiky

Agresívne praktiky v zmysle smernice sú praktiky, ktoré využívajú obťažovanie, nátlak, fyzickú silu alebo neprimeraný vplyv. Môžu sa vzťahovať na správanie vo fáze marketingu, ale takisto na praktiky počas transakcie alebo po jej realizácii.

Agresívne praktiky súvisia so správaním, na ktoré sa už vzťahujú iné právne predpisy v členských štátoch vrátane zmluvného a trestného práva. Smernica v tejto súvislosti pridáva ďalšiu vrstvu ochrany, ktorá sa môže uplatniť prostredníctvom verejných orgánov na občianskoprávne konanie.

V tejto súvislosti je mimoriadne dôležité správanie, na ktoré sa vzťahujú ustanovenia článku 9 písm. c), d) a e). Ustanovenia článku 9 písm. c) zakazujú praktiky, ktoré majú na spotrebiteľov neprimeraný vplyv, ako napríklad prípady, keď obchodníci zneužívajú akékoľvek osobné nešťastie alebo okolnosti, o ktorých sú informovaní, na ovplyvnenie rozhodnutia spotrebiteľa so zreteľom na produkt. V ustanoveniach článku 9 písm. d) sa zakazuje obchodníkom ukladať neprimerané mimozmluvné prekážky, nevýhodné pre spotrebiteľov, ktorí si želajú vykonať práva podľa zmluvy vrátane práva vypovedať zmluvu alebo zmeniť produkt alebo obchodníka. Ustanovenia

článku 9 písm.e) sa vzťahujú na akúkoľvek hrozbu podniknúť kroky, ktoré nemožno podniknúť legálne.

V prílohe I k smernici o nekalých obchodných praktikách sa uvádza zoznam obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, a preto sú zakázané. Účel tohto zoznamu je zabrániť praktikám, ktoré sa na základe skúseností považujú za nekalé, a umožniť orgánom presadzovania, obchodníkom, odborníkom v oblasti marketingu a zákazníkom identifikovať uvedené praktiky, a tak zvýšiť právnu istotu.

Zákon o ochrane spotrebiteľa spĺňa požiadavky EK a v niektorých prípadoch platí aj nad rámec smernice EK. Jeho obsah je dôležitý pre každého spotrebiteľa. Je vhodné, aby sa na každom stupni vzdelávania vstúpovalo žiakom aj študentom, rovnako aj dospelým osobám to, čo potrebujú pre svoj praktický život - vzdelávanie o základných náležitostiach právnych predpisov v každej oblasti.

3. Finančné vzdelávanie

Vzdelávanie spotrebiteľov sa týka všetkých predpisov, ktoré priamo ovplyvňujú život každého spotrebiteľa. Nielen zákon o ochrane spotrebiteľa, doplniť treba aj zákony o reklame, označovaní potravín, poznanie práv pacientov, práv spotrebiteľov, poznanie nekalých praktík aj marketingových stratégií firiem, poskytovateľov služieb a pod. Všetky vedomosti spotrebiteľ využije pre vlastné dobro a pre vlastné potreby. V takomto zmysle sa na Obchodnej fakulte EU v Bratislave vyučuje predmet spotrebiteľská politika, ktorý zaviedol doc. Hraško. Jeho náplňou je naučiť študentov zorientovať sa práve v uvedenej oblasti. Na prednášky chodia riaditelia odborov ochrany z MH SR, MF SR, NBS, SOI a podobne. Keďže v tomto príspevku sa zaoberáme financiami, zameriame sa na finančné vzdelávanie.

Najlepšou prevenciou pre správne fungovanie spotrebiteľov na finančných trhoch je finančné vzdelávanie a zvyšovanie finančnej gramotnosti. Finančne gramotný spotrebiteľ je prínosom pre štát i finančné inštitúcie. Finančne gramotný spotrebiteľ je partnerom pre banku v rôznych smeroch.

Potvrďuje sa, že rastie význam finančnej gramotnosti aj v európskych ekonomikách. Finančné trhy sa vyvíjajú pod tlakom externalít, teda vplyvom demografických, ekonomických a politických zmien. Finančné produkty sú zložitejšie a spotrebiteľia im nerozumejú. Ťažko vyberú najlepšiu možnosť uspokojenia vlastných potrieb.

MF SR považuje problematiku zvyšovania úrovne finančnej gramotnosti spoločnosti za prioritnú oblasť, je uvedená ako jeden z cieľov v Konceptii ochrany spotrebiteľov na finančnom trhu. Finančnú gramotnosť vnímame ako jeden zo základných pilierov ochrany finančného spotrebiteľa, preto podpo-

rujeme jej kontinuálne zvyšovanie aj ako možný nástroj odstraňovania hmotnej núdze a pasce chudoby pre programové obdobie 2014 – 2020. S ohľadom na uvedené spolupracujeme v tejto oblasti s inými ústrednými orgánmi štátnej správy, Národnou bankou Slovenska, európskymi inštitúciami, profesijnými asociáciami pôsobiacimi na finančnom trhu, akademickou obcou a so zástupcami združení na ochranu spotrebiteľa. Aktuálne sme jedným z účastníkov spotrebiteľského vzdelávania pod záštitou Ministerstva hospodárstva SR so zameraním na školenie učiteľov a pedagogických zamestnancov stredných škôl.

„Účastníci finančného trhu (domácnosti, podniky, štát) sa vyznačujú rôznou mierou sofistikovanosti, disponujú rozličnou mierou znalostí o fungovaní finančného trhu a rizikách spojených s investovaním. Najmä domácnosti (fyzické osoby) sú v tomto zmysle v nerovnocennom postavení vo vzťahu k finančným inštitúciám, keďže medzi nimi existuje finančná a informačná asymetria. K jej zmierneniu prispievajú pravidlá ochrany spotrebiteľa na finančnom trhu, ktoré ustanovuje štát v platných právnych predpisoch. Tieto pravidlá možno z hľadiska ich obsahu rozčleniť do troch skupín:

- a) zakotvenie informačných a iných povinností finančných inštitúcií vo vzťahu ku klientom,
- b) stanovenie pravidiel poskytovania finančných služieb finančnými inštitúciami,
- c) právna úprava finančného sprostredkovania a poradenstva.

Táto oblasť právnej úpravy prechádza v poslednom období veľmi dynamickým vývojom, najmä pod vplyvom úniijného práva.“ [13]

„Finančná gramotnosť je základná kompetencia rozumieť finančným produktom, službám, ktoré poskytuje trh a ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou nášho osobného a rodinného života.“ [29]

Finančná gramotnosť je schopnosť využívať poznatky, zručnosti a skúsenosti na efektívne riadenie vlastných finančných zdrojov s cieľom zaistiť celoživotné finančné zabezpečenie seba a svojej domácnosti. [12]

Je potrebné vzdelávanie na zlepšenie finančnej gramotnosti, pripraviť pravidlá prináležiace príslušnej vekovej kategórii a spracovať celú oblasť vzdelávania. Snahou MF SR aj MH SR bolo presadiť vzdelávanie v oblasti ochrany spotrebiteľov do systému vzdelávania SR. Podarilo sa to v oblasti financií, čo je nepostačujúce. Ministerstvo financií SR v spolupráci s Národnou bankou Slovenska vypracovalo Koncepciu ochrany spotrebiteľov na finančnom trhu na základe Programového vyhlásenia vlády SR. Uvedená Koncepcia ochrany spotrebiteľov na finančnom trhu bola dňa 8. 1. 2014 schválená vládou SR. [7] Koncepcia viedla k tomu, že sa do systému základných aj stredných škôl dostalo finančné vzdelávanie spotrebiteľov. Jeho nedostatočné uplatňovanie

vedie k tomu, že v medzinárodných hodnoteniach PISA nie sú výsledky našich žiakov a študentov dobré. Pre zavedenie finančného vzdelávania bol vypracovaný štandard finančnej gramotnosti.

Národný štandard finančnej gramotnosti, verzia 1.1 z roku 2014 uvádza: NŠFG definuje finančnú gramotnosť ako „schopnosť využívať poznatky, zručnosti a skúsenosti na efektívne riadenie vlastných finančných zdrojov s cieľom zaistiť celoživotné finančné zabezpečenie seba a svojej domácnosti“.

PISA definuje finančnú gramotnosť ako znalosť a pochopenie finančných pojmov a rizík; sú to schopnosti, motivácia a sebadôvera využívať získané vedomosti v záujme vykonávania efektívnych rozhodnutí v celom rade finančných súvislostí s cieľom zlepšiť finančnú situáciu jednotlivca i spoločnosti, a tým im umožniť účasť na ekonomickom dianí.

Od 1. septembra 2017 je v platnosti Národný štandard finančnej gramotnosti verzia 1.2. Podľa tohto dokumentu platí: Finančná gramotnosť je schopnosť využívať poznatky, zručnosti a skúsenosti na efektívne riadenie vlastných finančných zdrojov s cieľom zaistiť celoživotné finančné zabezpečenie seba a svojej domácnosti.

NŠFG vymedzuje šírku poznatkov, zručností a skúseností v oblasti finančného vzdelávania a manažmentu osobných financií, z ktorého vyplýva, že absolvent strednej školy (vyššieho sekundárneho vzdelávania) by mal byť schopný:

- nájsť, vyhodnotiť a použiť finančné informácie, poznať základné pravidlá riadenia financií,
- rozoznávať riziká v riadení financií, stanoviť si finančné ciele a napláňovať si ich dosiahnutie,
- rozvinúť potenciál získania vlastného príjmu a schopnosť sporiť,
- efektívne používať finančné služby,
- plniť svoje finančné záväzky,
- zveľaďovať a chrániť svoj aj zverený majetok,
- porozumieť a orientovať sa v zabezpečovaní základných ľudských a ekonomických potrieb jednotlivca a rodiny, podniku,
- hodnotiť úspešnosť vlastnej sebarealizácie, inšpirovať sa príkladmi úspešných osobností,
- porozumieť základným pojmom v jednotlivých témach,
- orientovať sa v oblasti finančného trhu (Národná banka Slovenska, komerčné banky, poisťovne, finanční sprostredkovatelia a ostatné finančné inštitúcie),

- orientovať sa v problematike ochrany práv spotrebiteľa a byť schopný tieto práva uplatňovať,
- ovládať práva, povinnosti, klady a riziká osoby fungujúcej ako podnikateľ,
- zostaviť a prezentovať vlastný podnikateľský zámer, myslieť strategicky, analyzovať a riešiť problémy.

Princípy fungovania finančnej gramotnosti sú pre každého človeka nastavené takto:

1. rozumieť peniazom a mať ich pod kontrolou,
2. zarábať peniaze,
3. šetriť peniaze,
4. investovať a budovať majetok,
5. ochraňovať majetok.

Každý spotrebiteľ má určitý zdroj príjmov, ktorý získava zo zamestnania. Môže ísť aj o príjmy z podnikania, pričom ich úroveň je rôzna od odvetví aj profesie. Pre riadenie osobných finančných prostriedkov je vhodné rozplánovať finančné prostriedky v súlade s ich objemom na povinné výdavky – napríklad úhrada bývania, hypotéky a pod, ďalšie základné potreby a plánovanie iných druhov výdavkov.

Finančné vzdelávanie je proces, pri ktorom spotrebiteľia finančných služieb a finanční investori zlepšujú svoje znalosti o finančných produktoch a pojmoch a prostredníctvom informácií, vyučovania alebo objektívneho poradenstva rozvíjajú svoje skúsenosti a sebadôveru, aby tak získali väčšiu informovanosť o finančnom riziku a príležitostiach, aby mohli robiť uvážlivé rozhodnutia, aby vedeli, kde hľadať pomoc a aby boli schopní urobiť ďalšie účinné kroky na zväčšenie ich finančného blahobytu. [9]

Pre potrebný rast finančnej gramotnosti možno využiť potrebné argumenty, ktorými sú:

1. motivácia v závislosti od individuálnych životných situácií,
2. zodpovedné rozhodnutia,
3. finančná inklúzia.

Spotrebiteľia sa sami rozhodujú o využívaní vlastných príjmov aj budúcich príjmov. Vplyv na rozhodovanie majú predovšetkým marketingové aktivity obchodníkov a komunikácia finančných inštitúcií. Spotrebiteľ nemá istotu, že *rozhodnutie* o použití financií bude ekonomické. Je to spôsobené tým, že spotrebiteľ nemá dostatok informácií a odborné znalosti. Na rozdiel od finančných inštitúcií, ktoré disponujú odbornosťou, spôsobilosťou a finanč-

ným vzdelaním. Spotrebiteľia sú ovplyvniteľní a zraniteľní na finančnom trhu pri jeho rozličných službách.

NBS v súvislosti so zvyšovaním finančnej gramotnosti spotrebiteľov uskutočňuje školenia – moduly pre základné školy, stredné školy a pre seniorov. Školenia sa konajú na pôde NBS a v rámci projektu European Money Week aj priamo na školách v rôznych regiónoch Slovenska. Celkovo sa na vzdelávacích podujatiach zúčastnilo viac ako 1 500 účastníkov. V spolupráci s Junior Achievement Slovensko, n. o., NBS vydala ďalšie dva pracovné zošity s témami finančnej gramotnosti pre študentov stredných škôl. V rámci vzdelávania odbornej verejnosti sa uskutočnili viaceré prednášky a workshopy na témy poskytovania a propagácie úverových a poisťných produktov v súvislosti s porušeniami povinností v oblasti ochrany finančných spotrebiteľov. [9]

Tu je dôležitá úloha finančnej gramotnosti. Spotrebiteľ je totiž zodpovedný sám za seba. Zodpovedá teda aj za aktuálne rozhodnutia s dosahom na budúcnosť. Úlohou je aj poskytnúť finančnému spotrebiteľovi informácie v dostatočnom rozsahu a v pochopiteľnej forme pre kvalifikované rozhodnutie. Kvalifikované rozhodnutie je aj zodpovedné rozhodnutie s následkami, ktoré musí znášať spotrebiteľ sám.

Na pomoc pedagógom, žiakom, ale aj absolventom je zároveň dostupný portál digitálneho edukačného obsahu MŠVVaŠ SR (www.edu-centrum.sk), ako aj portál finančnej osvety a ochrany finančného spotrebiteľa MF SR (www.fininfo.sk), ktorý prevádzkuje a priebežne aktualizuje MF SR s cieľom poskytovať nezávislé, odborné a praktické informácie a zabezpečiť väčšiu informovanosť o témach ochrany spotrebiteľov na finančnom trhu. [9]

Záver

Finančná gramotnosť a ochrana spotrebiteľa na trhu je dynamickou témou. Finančný trh sa rýchlo rozvíja. Informácie pre spotrebiteľov sú v obmedzenom rozsahu. Spotrebiteľ, ktorý potrebuje aktuálne získať úver, objednať si poistenie, aktívne pracovať s voľnými prostriedkami, alebo ušetriť na bankových poplatkoch, musí aktívne získavať informácie na dostupných portáloch aj v prostredí NBS. Mnohí to však nerobia a nechajú sa zlákať reklamou bez posúdenia následkov. Znamená to, že je potrebné aktívne vzdelávať spotrebiteľov v oblasti finančných služieb, začať v školách, zabezpečiť vzdelávanie dospelých v súlade so stratégiou celoživotného vzdelávania obyvateľov EÚ až po seniorov, ktorí ako zraniteľná skupina veľmi ľahko podľahnú kvalitnej argumentácii kontaktnej osoby v banke. Aktívne využívanie mobilných aplikácií, internetbankingu umožní získať čas pri bankových operáciách, skrátiť celý finančný tok a ušetriť.

Vhodné by boli kampane, ktoré budú všetkých spotrebiteľov informovať o potrebe vzdelávať sa v oblasti financií.

Literatúra

- [1] DVOŘÁČEK, V. 2018. *Koncepcia ochrany spotrebiteľa v oblasti finančných služieb, zabezpečenia a finančného vzdelávania a regulácie spotreďkovateľskej a poradenskej činnosti na finančnom trhu*. Bratislava: MF SR, 2018. [cit. 2019-04-28]. Dostupné na: <https://slideplayer.com/slide/14618371/>
- [2] DZUROVÁ, M. a kol. 2007. *Spotreďiteľské teórie a realie*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2007. ISBN 978-80-225-2327-1.
- [3] DZUROVÁ, M. – FRIDRICH, B. – KORČOKOVÁ, M. – ORGONÁŠ, J. 2014. *Spotreďiteľská politika I*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014. ISBN 978-80-225-3950-0.
- [4] DZUROVÁ, M. – FRIDRICH, B. – KORČOKOVÁ, M. – ORGONÁŠ, J. 2015. *Spotreďiteľská politika II*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. ISBN 978-80-225-4045-2.
- [5] EURACTIVE. 2012. Zraniteľný spotreďiteľ sa definovať nedá. Bratislava: Euractiv, 2012. [cit. 2019-05-20]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/podnikanie-a-praca/news/zranitelny-spotrebitel-sa-definovat-neda-019353/>
- [6] EURÓPSKA KOMISIA. 2017. *Čo je vzdelávanie spotreďiteľov?* Brusel: Európska komisia, 2017. [cit. 2019-05-12]. Dostupné na: <http://www.consumerclassroom.eu/sk/co-je-spotrebitelske-vzdelavanie>
- [7] KVARDOVÁ, L. 2012. *Risk margin in the S2: Calculation approaches*. Praha: Deloitte Czech Republic, 2012. [cit. 2017-09-16]. Dostupné na: <http://docplayer.net/24090910-Risk-margin-in-the-s2-calculation-approaches-lucie-kvardova-deloitte-ce.html>
- [8] MACIEJEWSKI, M. – PIAGUET, C. 2015. Spotreďiteľská politika: zásady a nástroje. In: *Informačné listy o Európskej únii*. 2015. č.3 [cit. 2019-03-03]. Dostupné na: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/sk/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.5.1.html
- [9] MINISTERSTVO FINANCIÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY. 2017. *Finančná gramotnosť a vzdelávanie*. Bratislava: Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky, [cit. 2019-05-16]. 2017. Dostupné na: <https://www.finance.gov.sk/sk/financie/financny-trh/ochrana-financnych-spotrebitelov/financna-gramotnost-vzdelavanie/>
- [10] MINISTERSTVO FINANCIÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY. 2014. *Koncepcia ochrany spotreďiteľov na finančnom trhu*. Bratislava: Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky, [cit. 2019-05-16]. 2014. Dostupné na: http://www.fininfo.sk/_img/DocumentsWin2008test/vlastnymat.rtf
- [11] MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY. 2014. *Návrh Stratégie spotreďiteľskej politiky Slovenskej republiky na roky 2014 – 2020*. Bratislava: Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky, [cit. 2019-

- 05-11]. 2014. Dostupné na internete: <http://www.economy.gov.sk/strategia-spotrebitelskej-politiky-na-roky-2014-2020/127544s>
- [12] MINISTERSTVO PRÁCE, SOCIÁLNYCH VECÍ A RODINY SLOVENSKEJ REPUBLIKY. 2014. *Národný štandard aktívneho starnutia*. Bratislava: Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny Slovenskej republiky, [cit. 2019-05-10]. 2014 Dostupné na: <https://www.employment.gov.sk/files/slovensky/ministerstvo/rada-vlady-sr-prava-seniorov/npas-2014-2020.pdf>
- [13] MINISTERSTVO ŠKOLSTVA, VEDY, VÝSKUMU A ŠPORTU SLOVENSKEJ REPUBLIKY, MINISTERSTVO FINANCIÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY. 2016. *Národný štandard finančnej gramotnosti, verzia 1.1*. Bratislava: MŠVVŠ, 2016. [cit. 2019-06-23]. Dostupné na: <https://www.minedu.sk/data/att/6152.pdf>
- [14] NBS. 2018. Výročná správa 2017. Bratislava: NBS, 2018. [cit. 2019-06-23]. Dostupné na: https://www.nbs.sk/_img/Documents/_Publikacie/_Vyrocnasprava/protected/VSNBS17.pdf
- [15] NEBESKÝ, Š. – PALUŠ, P. – PÉNZEŠ, P. – ŠESTÁK, L.: Súvislosti vzniku nového usporiadania regulácie a dohľadu nad finančným trhom v Európskej únii. In: *Biatic*. Roč. 18, 2010, č. 10, p. 22 – 27, ISSN 1335 – 0900.
- [16] OECD. 2013. *Improving financial education effectiveness through behavioural economics*. Paris: OECD, 2013. [cit. 2019-07-16]. Dostupné na: http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/TrustFund2013_OECDImproving_Fin_Ed_effectiveness_through_Behavioural_Economics.pdf
- [17] OECD. 2005. *Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies*. Paris: OECD, 2005. [cit. 2019-07-17]. Dostupné na: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/improvingfinancialliteracyanalysisofissuesandpolicies.htm>
- [18] OECD. 2000. *Selected Principles for the Regulation of Investments by Insurance Companies and Pension Funds*. Paris: OECD, 2000. [cit. 2918-8-10]. Dostupné na: <https://www.oecd.org/daf/fin/1923066.pdf>
- [19] ŠTÁTNY PEDAGOGICKÝ ÚSTAV BRATISLAVA. 2010. Rozvíjanie funkčnej gramotnosti tradične aj netradične. In: *Rozvoj funkčnej gramotnosti v kontexte medzinárodných porovnávacích štúdií PISA. PIRLS: zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Bratislava: ŠPÚ, 2010, pp. 51 – 58, ISBN 978-80-8118-057-6.
- [20] NRSR. 2007. *Zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa (v znení zákona č.397/2008 Z. z., 318/2009 Z. z., 575/2009 Z. z., 508/2010 Z. z., 301/2012 Z. z., 132/2013 Z. z., 437/2013 Z. z., 102/2014 Z. z., 106/2014 Z. z., 151/2014 Z. z., 199/2014 Z. z., 373/2014 Z. z., 273/2015 Z. z., 391/2015 Z. z., 170/2018 Z. z., 271/2018 Z. z.)*. Bratislava: NRSR, 2007. [cit. 2919-6-26]. Dostupné na: <https://www.epi.sk/zz/2007-250>

- [21] PALKO, F. 2011. *Európsky menový a fiškálny vývoj v kontexte Slovenska*, Bratislava: Sprint dva, 2011. ISBN 978-80-89393-51-0.
- [22] SOI 2019. Výročné správy. Bratislava: SOI, 2019. [cit. 2019-06-23]. Dostupné na: <https://www.soi.sk/sk/Kontrolna-cinnost/Vyročne-spravy.soi>