



*NÁVOD PRE POLITICKÉ STRANY*

# AKO PÍSAŤ PROGRAMY, KTORÉ PODPORUJÚ PRÁVA SPOTREBITEĽOV

---



Zvolebnieva sa – to veľmi jednoducho povedané znamená, že politické strany sa čoraz viac venujú nastavovaniu priorít a príprave predvolebného programu. Každý volič je okrem občana aj spotrebiteľ a veľmi dôkladne zvažuje, aké služby a produkty si kúpi za svoje zarobené, našetrované, zdedené alebo inak získané peniaze. Slovensko ako trhovú ekonomiku stojí na princípe, že práve **konkurenčné prostredie, v ktorom sa veľa rôznych firiem uchádza o peniaze občanov, teda spotrebiteľov, podnecuje lepšie, kvalitnejšie a inovatívnejšie možnosti.**

Nežijeme vo vákuu, trh je sám o sebe nedokonalý a práve preto ho štát, Európska únia a iné medzinárodné organizácie regulujú, aby zabezpečili, že konkurenčné prostredie neexistuje len na papieri. Pri absencii regulácií by totiž dochádzalo napríklad k hlbokkej informačnej asymetrii, banky by nemali dostatok kapitálu a krachovali, firmy by vytvárali kartelové dohody alebo by sa trh krivil cez nadmerné fúzie a akvizície, čím by vznikali oligopol aj v oblastiach, kde to nie je nevyhnutné. **Okrem zákazov a príkazov však štát môže aj motivovať** podnikateľov k inováciám a kvalitnejším produktom pre spotrebiteľov podpornými mäkkšími nástrojmi, napr. správnym nastavením daňového systému.

V inštitúte sme teda presvedčení, že regulácie sú nevyhnutné na zabezpečenie férového trhu, ktorý spotrebiteľom prináša kvalitnejšie produkty a chráni ich práva a záujmy. **Na druhej strane však vystríhame pred opačným extrémom, a to nadmernou reguláciou,** keď štát v snahe predísť nechceným javom uvalí na trh príliš prísne pravidlá, ktoré ho v konečnom dôsledku zabrzdia a spotrebiteľov oberú o možnosti.

Práve pred voľbami sa budú strany predbiehať v tom, kto ponúkne lepšie znejúce riešenie. Čo znie lepšie však ešte v praxi nemusí lepšie fungovať. Tento stručný návod má za cieľ poskytnúť pohľad **Inštitútu moderného spotrebiteľa na piliere, ktorých by sa strany pri príprave programov mali držať, aby posilnili práva spotrebiteľov a spotrebiteľiek na Slovensku.**

## ÚVOD



## 1. rada

# DIFERENCIOVANÝ A UVÁŽENÝ PRÍSTUP KU VŠETKÉMU

Trh sa neustále vyvíja a biznisy stále prichádzajú s novými produktami a službami – týka sa to prakticky všetkých oblastí, vrátane finančného sektora, digitálneho sveta, ale aj menej *voňavých* tém, ku ktorým sa však rovnako treba vyjadrovať, ako je napríklad tabak či online hazard. Politické strany teda stoja pred otázkou, ako čo najlepšie:

- **ochrániť práva a záujmy spotrebiteľov** a zabezpečiť, že tieto inovácie fungujú v prospech spotrebiteľov a nie proti nim,
- **podporiť trh v tom, aby sa správal zodpovedne**, ale zároveň ho nadmernou reguláciou škodlivo nezabrzdiť, nakoľko by to v konečnom dôsledku ublížilo aj spotrebiteľom.

V inštitúte sme presvedčení, že regulácia nových a inovatívnych produktov by sa mala riadiť tromi hlavnými princípmi:

1. **Rovnaké riziko, rovnaká regulácia** (*same risk, same regulatory outcome*) – miera regulácie toho-ktorého produktu sa nemá odvíjať od jeho povrchného typu/názvu, ale proporčne od miery rizika (bezpečnostného, zdravotného, finančného či systémového), ktoré voči spotrebiteľom a spoločnosti predstavuje. Na dokreslenie, príkladom neuplatňovania tohto princípu je, keď sa na finančné prostriedky uložené v inštitúciách elektronického peňažníctva a v banke neuplatňujú rovnaké pravidlá ochrany vkladov, napriek tomu, že spotrebiteľia ich vnímajú rovnako.
2. **Primerané a cielené** (*proportionate and focussed*) – štátne zdroje (ľudské, finančné, atď.) sú obmedzené, a preto je regulačné ťaženie potrebné zamerať na tie oblasti, kde sú riziká a príležitosti najnaliehavejšie alebo najakútnejšie. Mali by sme sa vyhýbať uplatňovaniu neprimeranej alebo príliš zaťažujúcej regulácie, najmä v prípadoch, keď sú si spotrebiteľia už aj tak vedomí rizík.
3. **Agilné a flexibilné** (*agile and flexible*) – zákony by sa mali vedieť prispôbovať vyvíjajúcim sa produktom a trhom. Pripravované zákony by mali poskytovať jasný a zrozumiteľný rámec, ktorý sa musí vedieť promptne prispôbiť vývoju na trhu.

## 2. rada

# AKTÍVNEJŠÍ HLAS NA EURÓPSKEJ ÚROVNI

**V dnešnej dobe sa čoraz viac legislatívy, aj v oblasti ochrany spotrebiteľov, pripravuje na európskej úrovni.** Takýto postup prináša spotrebiteľom niekoľko výhod – Európska únia sa ako tretia najväčšia ekonomika sveta nachádza vo výhodnejšej a silnejšej vyjednávacjej pozícii, čo jej umožňuje určovať globálne trendy v oblasti ochrany spotrebiteľov. Zároveň sa takto zabezpečia rovnaké práva pre všetkých európskych spotrebiteľov, a teda, že slovenský spotrebiteľ má rovnaké práva ako napríklad nemecký alebo rakúsky.

Čo škodí spoločnému postupu štátov EÚ je na Slovensku zaužívaný *gold-plating*, teda presadzovanie 'riešení', ktoré idú nad rámec európskej legislatívy, poprípade kvôli európskej legislatíve ani nie sú možné. Strany by už vo svojich programoch mali dbať na výmenu pozlátka za **presadzovanie riadnej, včasnej a úplnej implementácie európskych smerníc a nariadení.**

To, že si nemôžeme robiť, čo sa nám zachce, však neznamená, že hlas Slovenska je slabší – namiesto strašenia pred *diktátom Bruselu* sa zamerajme na riadnu účasť v konzultačných a rozhodovacích procesoch, či už v Rade Európskej únie, Európskej komisii alebo Európskom parlamente. Nastavme si jasné priority, lobujme za ne a **podporujme mimovládny sektor a expertov, aby sa rovnako nebáli aktívne zapájať do pripomienkových procesov.** Dosiahneme tak o dosť viac než kombináciou pasivity pri rozhodovaní a *gold-platingu* v momente, keď je o všetkom dôležitom rozhodnuté. **Miesto za stolom máme, ostáva ho len naplno využiť.**

Ďalšia príležitosť ako posilniť postavenie spotrebiteľov, ktorú nemôžeme podceniť, je efektívny manažment eurofondov. Slovensko nemôže prichádzať o peniaze z Európskej únie kvôli tomu, že nemáme správne nastavený systém profesionálneho riadenia fondov a nestihneme ich teda však prerozdeliť. **Pokiaľ sa obrovské balíky peňazí minú tým správnym spôsobom, podporíme ďalšiu digitalizáciu Slovenska, zlepšíme služby štátu, prilákame investorov a zlepšíme tak životnú úroveň a príležitosti väčšiny spotrebiteľov.**

---

3. rada

# MENEJ JE NIEKEDY VIAC



**Dobré úmysly nestačia.** Je veľa návrhov, ktoré sa zakrývajú snahou pomôcť spotrebiteľom, ale v konečnom dôsledku ich oberajú o kvalitnejšie, inovatívnejšie a cenovo dostupnejšie produkty a služby. Snaha chrániť spotrebiteľov pred akoukoľvek nástrahou, chytiť ich za ruku a prevziať za nich všetku zodpovednosť, je samozrejme lákavá, ale strany by sa mali v prvom rade zamyslieť, ako u spotrebiteľov budovať odolnosť. Preto pred zákazmi alebo nadmerným obmedzovaním nových produktov a služieb v inštitúte **podporujeme hlavne ochranu pred zavádzaním, podvodmi a prísne požiadavky na transparentnosť a zverejňovanie.** Každá nová regulácia zároveň musí byť schopná preukázať merateľné a vyčísliteľné benefity pre spotrebiteľov a ekonomiku ako takú.

Práve prístup, v ktorom poskytujeme dostatok informácií a chránime spotrebiteľov pred podvodným správaním:

- **umožní spotrebiteľom prijímať informované rozhodnutia** tak, aby jednoznačne chápali súvisiace riziká,
- **podporí ekonomický rast, inovácie a konkurencieschopnosť.**

**K správnym rozhodnutiam však štát môže dospieť len ak do ich prípravy zapojí všetkých.** Je nevyhnutné, aby najmä pri kľúčových otázkach prebehla poriadna diskusia s odborníkmi, odborníčkami, spotrebiteľskými organizáciami, zástupcami a zástupkyňami tretieho sektora, ale aj s priemyslom – s praxou. Štát musí zároveň rokovať "v dobrej viere" (*in good faith*) a nielen, aby si odškrtnol políčko v to-do liste. Na druhej strane, tieto konzultácie sa nemôžu ťahať donekonečna a štát musí byť schopný prijať rozhodnutie a riadiť sa ním. Nemôžeme sa dostávať do začarovaného kruhu, v ktorom sa roky nevieme posunúť vpred a na konci dňa neurobíme nič. Preto menej (ale kvalitnejšie) je niekedy viac.